

تحرير الصحافة الإلكترونية

الدكتور محمد خليل الرفاعي

الأستاذة فلك صبيرة



ISSN: 2617-989X



Books & Refrences

تحرير الصحافة الإلكترونية

الدكتور محمد خليل الرفاعي - الأستاذة فلك صبيرة

من منشورات الجامعة الافتراضية السورية

الجمهورية العربية السورية 2020

Online Press Editing

Mhd Khalil Alrefaie - Falak Sbeira

Publications of the Syrian Virtual University (SVU)

Syrian Arab Republic, 2020

الفهرس

الوحدة التعليمية الأولى

مقدّمة في التّحرير الالكتروني

الفصل الأول: مقدّمة في التّحرير الالكتروني

- مقدّمة
- تعريف التحرّير الالكتروني.
- فوائد التّحرير الالكتروني.
- غرف التّحرير الالكتروني.
- المحرّر الالكتروني.
- مواصفات المحرّر الالكتروني.
- مبادئ التحرير الالكتروني وضوابطه.
- مراحل التّحرير الالكتروني.

- تعريف التحرّير الالكتروني.
- فوائد التّحرير الالكتروني.
- غرف التّحرير الالكتروني.
- المحرّر الالكتروني.
- مواصفات المحرّر الالكتروني.
- مبادئ التحرير الالكتروني وضوابطه.
- مراحل التّحرير الالكتروني.

الأهداف التعليمية:

بعد دراسة هذه الوحدة التعليمية يجب على الطالب أن يكون قادراً على أن:

1. يعرف التحرّير الالكتروني.
2. يعدد فوائد التّحرير الالكتروني.
3. يشرح مفهوم غرف التّحرير الالكتروني.
4. يلم بماهية المحرّر الالكتروني.
5. يذكر مواصفات المحرّر الالكتروني.
6. يتعرف على مبادئ التحرير الالكتروني وضوابطه.
7. يعدد ويشرح مراحل التّحرير الالكتروني.

أولاً: مقدّمة



أسفرت التطورات في تكنولوجيا الاتصالات والحواسيب إلى ظهور شكل جديد للصحافة وهي الصحافة الالكترونية القائمة على الإمكانيات الهائلة لشبكة الإنترنت–الوسيط الاتصالي– فلصناعة الصحافة متطلباتها الفكرية والثقافية وتجهيزاتها الفنية والمادية والبشرية والتكنولوجية التي يتحدد على ضوئها مدى كفاءتها في تقديم رسالتها ووظائفها الإعلامية والمجتمعية الشاملة". [1]

ومرت الصحافة الالكترونية بعدة مراحل يطلق عليها "فن الموجات الثلاثة"، وقد طرح فين كروسبي **Vin Crosbie** رؤية خاصة بمراحل تطور الصحافة الالكترونية الشبكية في المؤتمر الثالث لصحافة الإنترنت بجامعة تكساس الأميركية بمدينة أوستنفي عام٢٠٠١م وهي: [2]

1. **الموجة الأولى:** بدأت من عام 1982م إلى عام 1992م حيث سادت في البداية تجارة بعدة للنشر الالكتروني الشبكي من نوع الفيديو تكست **Videotext**، ثم آلت الأمور في النهاية إلى شبكات ضخمة مثل كمبيو سيرف **CompuServe**.

   وقد ارتفع عدد المشتركين في هذه الشبكات خاصة مع انتشار الكومبيوتر الشخصي وتحسن أداء أجهزة (المودم) وابتكار البرامج الجديدة في نهاية الثمانينيات وبداية التسعينيات، فزاد ذلك من حجم مشاركة الجمهور، ما مكّن من إعادة رسم بنية الشبكات من نموذج الواحد إلى العديد One to Many في عام 1982م إلى نموذج العديدين إلى الواحد Many To One والواحد إلى واحد One to One، حينما تطورت منابر الحوار الشبكية في عام ١٩٨٥ م .

---

[1] -محمود، سمير. (1997). **الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف**. (ط.1). القاهرة: دار الفجر، ص13.

[2] - صادق، عباس. (2005). **التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الإنترنت**. مؤتمر صحافة الإنترنت في العالم العربي، الواقع والتحديات في الشارقة من 22 إلى 25 تشرين الثاني، ص 6 -7.

2. **الموجة الثانية:** بدأت من عام 1993م إلى عام 2001 م، فمع ظهور شبكة الإنترنت بإمكانياتها المختلفة وتوسع استخدام الوسائط المتعددة فيها والبريد الالكتروني جاء بما يشبه سفينة الإنقاذ بالنسبة للشركات الإعلامية التقليدية، فأخذت علماً بالإنترنت وتواجدت فيها بسرعة.

وفي هذه المرحلة حدث تطوير هائل في برامج الكومبيوتر التي تسمح بالنشر الشخصي والتجميع الآلي للأخبار بما يسمح للقراء باختيار الأخبار التي يرغبون فيها، ما منحهم قدراً كبيراً في التحكم في بنية الشبكة، وأحدث حالة الفردية التي تمثل قمة الاختيار الفردي الحر بين وسائل الإعلام ومن بين ما تبثه كل واحدة، وأصبح الشخص دار نشر لوحده بتطور الطابعات وبرامج معالجة النصوص والصور.

3. **الموجة الثالثة:** مرحلة البث المكثف والتي تتميز بالقوة في التطبيقات الإعلامية كما تتبئ بالربحية أكثر من المرحلتين السابقتين.

وهي المرحلة الراهنة التي حدث فيها تزاوج واسع بين الأجهزة الالكترونية ونظم الاتصال المستحدثة والكومبيوتر، وهي تتسم بوجود ملاك أذكياء وعاملين على قدر عال من التدريب، وبرامج وأجهزة متقدمة للنشر وتوزيع المعلومات، وتطورت أساليب جديدة لتحقيق الربح، كما ظهرت بشكل واسع تطبيقات المفكرات الشخصية والمنابر الحية والتجارة الالكترونية والألعاب التشاركية والإعلانات المبوبة التفاعلية، وتكرّس مفهوم التشاركية بين المؤسسات الإعلامية الفاعلة في الشبكة وبين الجمهور.

وعادة تنقسم الصحف الإلكترونية إلى نوعين رئيسيين هما: (1)

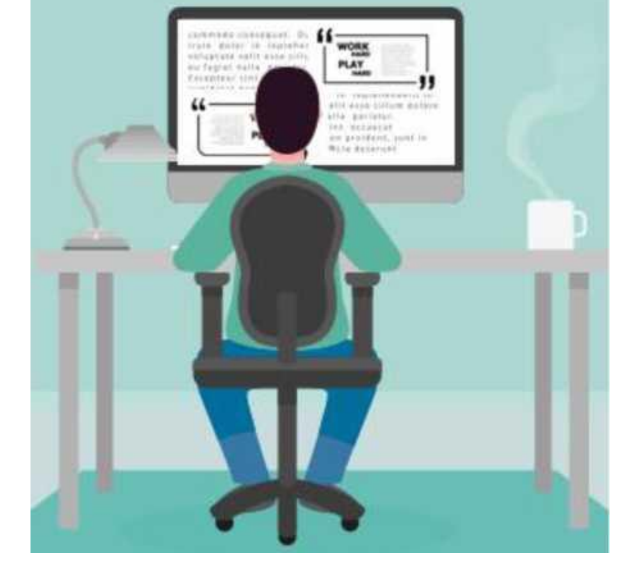
- الصحف الإلكترونية الفاعلة: التي تعمل وفق معايير الصحافة الإلكترونية وسماتها وخصائصها، من حيث التحديث الدوري للمواد والصور والرسوم، وتطبيق منهجية العمل التفاعلي لمحتويات الصحيفة الإلكترونية، وتقديم فنون العمل الصحفي، وخدمات صحفية لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها بسبب طبيعة وإمكانات الصحافة الإلكترونية.

(1)- خالد الفرم: **الصحافة الإلكترونية العربية لا زالت في مرحلة الموجة الأولى**. 2010، ص1. استرجع بتاريخ 11-12- 2017 من: http://masscomm.kenanaonline.net/posts/139087

- النسخ الإلكترونية: التي تحمل اسم الصحيفة الورقية (الصحيفة الأم) تقدم معظم أو كل المحتوى الورقي، ولا تلتزم بالمعايير الفنية للصحافة الإلكترونية من حيث التحديث المعلوماتي واستثمار خصائص الصحافة الإلكترونية التفاعلية.

وفرضت الصحافة الالكترونية تغييرات جوهرية خرجت عن عباءة الصحافة التقليدية في طريقة تحرير المضامين الإعلامية أياً كانت (مواد إخبارية، مواد رأي، مواد استقصائية)، وأدت إلى ظهور المحرر الالكتروني ذي المهارات التحريرية المبدعة والمتنوعة المناسبة لهذا النوع من الصحافة الجديدة.

ثانياً: تعريف التحرّير الالكتروني



يسعى المحرر الصحفي إلى تحويل الأحداث والوقائع والأفكار والآراء إلى مضامين إعلامية وتوظيفها ضمن فنون التحرير الصحفي المختلفة، وكانت "عملية التحرير الصحفي تتم بشكل يدوي في الماضي باستخدام الورقة والقلم الذي تجري به يد المحرر لتصويب الأخطاء التحريرية(لغوية–أسلوبية–معلوماتية) داخل النص، وأصبحت تتم اليوم على إحدى شاشات الحاسب الآلي التي يجلس أمامها المحرر ليقوم بتصويب وتعديل المادة الصحفية المعروضة عليه والمخزنة على الملف داخل الحاسوب". [1]

ويعرف التحرير الالكتروني **Electronic Editing** بأنه "استبدال الأدوات الورقية التي يستخدمها المحرر بأدوات تكنولوجية تحقق مستوى أعلى من الدقة أثناء عملية الكتابة، خصوصاً في حالة

(1)- اللبان، شريف. خليل، محمود. (2000). **اتجاهات حديثة في الإنتاج الصحفي**. (ط.1) القاهرة: دار العربي، ص 74.

استخدام أحد برامج معالجة النصوص المدعومة بإمكانيات التصحيح اللغوي أو رصد الأخطاء اللغوية وتصحيحها، بالإضافة إلى توفير درجة أكبر من السرعة عند الرغبة في إجراء تعديلات بالحذف أو بالإضافة أو النقل على الجزئيات التي تتكون منها المادة الصحفية". [1]

كما يقصد بالتحرير الالكتروني "التحرير على الشاشة مع برنامج إلكتروني يمكن أن يتبع التغييرات التحريرية، ويوفر مساراً تحريرياً للمراجعة، وعادة ما يكون للمحرر خيار طباعة نسخة من المسودة تظهر كل تغيير أو التغييرات الجوهرية أو النسخة المنقحة". [2]

كما يعنى بالتحرير الإلكتروني: "العملية التي تتم على إحدى شاشات الحاسوب، بينما يجلس المحرر أمامه ليقوم بتصويب وتعديل المادة الصحفية المعروضة عليها، والمخزنة على الملفات داخل جهاز الحاسوب". [3]

ويشير دايتون **Dayton** ببساطة إلى أن التحرير الالكتروني هو "التقنيات الالكترونية المساعدة في التحرير". [4]

ثالثاً: فوائد التحرير الالكتروني

يقوم التحرير الالكتروني على الاستفادة من الإمكانيات التقنية التي وفرتها تكنولوجيا الحاسب والإنترنت من جوانب متنوعة:[5]

1. توفير الوقت: ليست هناك حاجة لإهدار الوقت بالتعديل اليدوي، إذ يقوم المحرر الصحفي الإلكتروني بإجراء التعديلات التحريرية والتصحيحات المباشرة التي يرغب فيها على شاشة الحاسب الآلي باستخدام برامج معالجة الكلمات والنصوص التي توفر إمكانية رصد الأخطاء اللغوية وتصحيحها، ما يؤدي إلى الحصول على نسخة محررة نظيفة خالية من

---

[1] - كنعان، علي. (2014). **الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية**. (ط.1). عمان: دار اليازوري، ص 65-66.

[2] – **Electronic Editing**. p.1. Retrieved 20-4-2017 .Available: http://www.genericcomp.com/Pages/On_Line_Editing.html

[3]- إياس فارس: **التحرير الإلكتروني**. ص 3، استرجع بتاريخ 9-12-2017 من: http://ocw.up.edu.ps/%D9%83%D9%84%D9%8A%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9

[4]- Lanier, Clinton. (2004). Electronic Editing and the Author, **Technical Communication**, 51(4), p.526.

[5]-Supe, Avinash. **Electronic Editing**.p.2-10. Retrieved 21-4-2107.Available: www.jpgmonline.com/documents/author/24/8_Supe_12.pdf

الشطب، وتراجع احتمالات الخطأ الإملائي والنحوي ما يسهل عمل المدققين، مع العلم أن المادة المحذوفة ربما تترك في الحاسب الآلي حتى يمكن استدعاؤها مرة أخرى عند الحاجة.

2. توفير مساحة تخزين على الرغم من التغييرات في الأرشيف المحفوظ.
3. القدرة على رصد وتتبع المواد التحريرية والصور بدءاً من لحظة ظهورها على النظام انتهاء بنشرها أو نقلها للأرشيف أو تحميلها على موقع الصحيفة الإلكترونية على الانترنت.
4. مساعدة المحررين عديمي الخبرة والوصول إلى وضع أفضل لتنسيق العمل وإدارة مشاريع النشر، وتسهيل التعاون بين الكتاب والمحررين غير الموجودين في نفس الموقع.

واستفاد التحرير الالكتروني من التطور التكنولوجي أيضاً من حيث:[1]

1. تقليل التكلفة: يقوم المحرر الصحفي الالكتروني بإجراء التعديلات التحريرية التي يرغب فيها على شاشة الحاسب الآلي باستخدام برامج معالجة الكلمات والنصوص التي توفر إمكانية رصد الأخطاء اللغوية وتصحيحها.
2. الحصول على نسخة محررة نظيفة خالية من الشطب باستخدام الحاسب الآلي بعد كل تعديل أو تغيير في المادة الصحفية، مع العلم أن المادة المحذوفة ربما تترك في الحاسب الآلي حتى يمكن استدعاؤها مرة أخرى عند الحاجة.
3. تراجع احتمالات الخطأ الإملائي والنحوي مما يسهل عمل المراجعين، إلى جانب تراجع احتمالات الأخطاء المتعلقة بالأسماء والأماكن والبيانات الأرشيفية، لسهولة التأكد من صحتها إلكترونياً.
4. السرعة في إنجاز العمل الناتجة عن السرعة في الجمع والسهولة في الاستدعاء والعرض، ما يتيح نتيجة أفضل لزمن التخزين خاصة للعناوين والنسخ التي تأتي متأخرة.
5. الأرشفة المناسبة للموضوع الصحفي، حيث إنه عند الانتهاء من الموضوع الصحفي في شكله النهائي يمكن إرسال نسخة منه في الملف الخاص به بصورة مباشرة إلى أرشيف الصحيفة.
6. القدرة على رصد وتتبع المواد التحريرية والصور بدءاً من لحظة ظهورها على النظام انتهاء بنشرها أو نقلها للأرشيف أو تحميلها على موقع الصحيفة الالكترونية على الإنترنت،

---

[1] - كنعان، علي. الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية. مرجع سابق، ص 61-62.

وتضمن عملية الرصد والتتبع عرض جميع المعلومات التفصيلية للمادة أو الصور أو الإعلانات في كل مرحلة من مراحل الإعداد والتنفيذ، ورصد جميع من تعاملوا معها وما قاموا به من إضافات أو تعديلات أو حتى أوقات التعديل.

ويرى فاركاس **Farkas** ثلاث مزايا رئيسية للتحرير الالكتروني: [1]

- سهّل التعاون بين الكتاب والمحررين غير الموجودين في نفس الموقع.
- سمح بتخزين الوثائق الالكترونية.
- مكّن المحررين من استخدام الكمبيوتر.

رابعاً: غرف التحرير الالكتروني

يرى بعض الباحثين أن هناك تصورين يحكمان الكتابة والتحرير في غرف التحرير الالكترونية: [2]

التصور الأول الكتابة التحريرية والتصميم

WED: (Writing Editing & Design)

قدم هذا التصور معهد بونتر Poynter كتصور جديد للتحرير الصحفي، ويشير إلى الدمج ما بين الكتابة والتحرير والتصميم كضرورة قصوى لإنتاج المواد الإعلامية سواء المطبوعة أم الفورية، وكلما ازدادت درجة التكامل والاندماج بين هذه العناصر أو الوظائف الثلاثة السابقة ساعد ذلك على الحصول على إصدارات فورية مبتكرة ومتميزة، مع التأكيد على أن الكتابة الفورية الصحفية تعتمد على التعاون بين فريق متكامل يضم على الأقل كلاً من المحرر ومتخصص الوسائط المتعددة والمصمم، حيث أصبحت عملية الكتابة في بيئة الهايبرتكست Hypertext أشبه بجهد جماعي قائم على التعاون والمشاركة Collaborative Writing.

التصور الثاني: مفهوم الكتابة الإجرائية

Procedural Authorship

[1] – Dayton, David. (1998). Technical Editing Online: The Quest For Transparent Technology. **Journal of Technical Writing and Communication**, 28 (1), p.8.

[2] -غازي، خالد. (2007). **الصحافة الإلكترونية الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح**. (ط.1). الجيزة: وكالة الصحافة العربية، ص 242-243.

هو مفهوم جديد للكتابة وبناء المعلومات في بيئة استخدام الحاسب الآلي، ويتطلب من الكتاب مهارة التعامل مع بيئة الاتصال التي تتنوع عناصره ومفرداته بشكل كبير ، ومهارة ربط هذه العناصر والجمع بينها لتكوين قصة أو شكل جيد للكتابة يستفيد من خصائص الإعلام الرقمي.

ويرى بافليك **Pavlik** أن تغييرات جوهرية طرأت في آليات عمل غرف التحرير في المواقع الالكترونية وشملت جوانب عديدة منها:[1]

1. **الأخبار أصبحت أكثر مرونة ومتقاربة:**

هناك زيادة في تدفق الأخبار ، ويجري باستمرار تحديثها، ويمكن نشر الأخبار مع الكثير من ميزات الوسائط المتعددة، وتغيير في طريقة السرد، ويمكن ربط القصص إلى محتوى آخر بأي شكل، بما في ذلك التنسيقات التي تعطي المستخدمين الشعور أنهم في الواقع هناك، وهذا يخلق سياق أكثر ثراء، علاوة على ذلك، محتوى الأخبار أصبح ديناميكياً، ويمكن شراؤه عند الطلب وتطويعه.

2. **أدوات جديدة للعمل:**

مثل محركات البحث القوية والبريد الالكتروني، هذه الأدوات تمكن المحرر من إنشاء مكان عمل متنقل، ومن ناحية أخرى الصحفي هو أكثر فأكثر أقل في الميدان، لأن لديه كل شيء في متناول اليد للعمل من المكتب، ومع هذه الأدوات الجديدة أصبح من الأسهل إنجاز العمل بالوقت المحدد، فالعملية برمتها هي الربط، فبسبب التقارب والحوسبة والتكنولوجيات الحاسوبية، أصبح الصحفي قادر على القيام أكثر من مجرد الكتابة وجمع المعلومات، ويتعين على الصحفيين في الوقت الحاضر اكتساب مهارات جديدة، مثل الإنتاج وتحرير أشرطة الفيديو.

3. **غرفة التحرير أكثر لامركزية ومرونة:**

الهيكل بين المحررين ورئيس التحرير أكثر شفافية.

4. **على الصحفي أن يخدم جمهوراً أكبر لا يرتبط بالحدود الجغرافية بعد الآن:**

---

(1) - Van Nieuwerburgh, Sylvie. **Journalists in a Digital Age**. p. 12. Retrieved 22-4-2017. Available:www.denieuwereporter.nl/wp.../Scriptie%20alles%20versie%202.pdf

العلاقة بين الصحفي وعامة الجمهور ليست هرمية كما كان من قبل بسبب الأدوات التفاعلية، فمزيد من الحوار بينهما أصبح ممكناً وضرورياً، لأن الجمهور يريد أن يسمع ويخدم كمصدر وكمنتج.

وقد توصل كلاً **من Gunnar Nygren &Tamara Witschge** في دراسة لهما إلى أبرز الاختلافات في غرف الأخبار في الإنترنت وهي:[1]



- الوقت هو أهم قيمة إخبارية على شبكة الإنترنت، وأفضل الأخبار على شبكة الإنترنت هي الأخبار الجارية مثل الحوادث، وأخبار الرياضة والجريمة.
- لدى شبكة الإنترنت أسلوب غير رسمي بدعم من التفاعلية حيث يشارك الجمهور في النقاش.
- شبكة الويب أكثر اعتماداً على المصادر، ومن السهل الوصول إليها وإعطاء معلومات سريعة ومحدثة ذات ثقة.
- اتجاه متزايد إلى نشر المزيد من المحتوى الذي ينشئه المستخدمون على الإنترنت.
- لا يوجد حد للحجم على شبكة الإنترنت، ولكن القاعدة هي الكتابة القصيرة، ويمكن لمؤسسات الإعلام ذات الموارد أيضاً استخدام الويب وإعطاء العمق والخلفية، ولكن المنطق الإعلامي المهيمن هو السرعة والإيجاز.

ويمكن استخلاص مما سبق أن التغييرات شملت ما يلي:[2]

1. الإنتاج المتكامل في صالة التحرير وفي أساليب جمع الأخبار.
2. المهنيون متعددو المهارات.
3. تقارب المحتوى من خلال منصات توصيل متعددة.

---

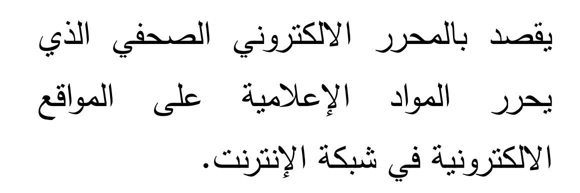
(1) - Witschge, Tamara. Nygren, Gunnar. (2009).Journalism: A Profession Under Pressure?.**Journal of Media Business Studies**, 6 (1), p.46-47.

(2) - غازي، خالد. (2007). الصحافة الإلكترونية الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح، مرجع سابق، ص 62.

4. الجمهور النشط المشارك والمتفاعل والمنتج للمحتوى.

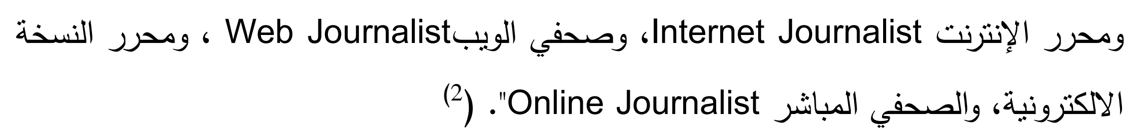
وتجدر الإشارة إلى أن "الإمكانيات التحريرية للصحف الالكترونية تختلف اختلافاً كبيراً من صحيفة إلى أخرى وفقا لحجم الصحيفة ونوعها وحجم ما تقدمه من خدمات بالإضافة إلى مكانتها في عالم الصحافة، فالصحف الصغيرة تخصص لصحفها الالكترونية عدداً محدوداً من المحررين والفنين الذي يتولون أمر الصحيفة الالكترونية الخاصة بها، في المقابل فإن الصحف الكبيرة تنشئ هيئة تحرير مستقلة للصحيفة الالكترونية تضمم عدداً من المحررين والفنيين وربما تخصص لها رئيساً للتحرير أو بالأقل مديراً للتحرير". [1]

خامساً: المحرر الالكتروني ومواصفاته:



يقصد بالمحرر الالكتروني الصحفي الذي يحرر المواد الإعلامية على المواقع الالكترونية في شبكة الإنترنت.

وتطلق مسمّيات عديدة على المحررين الالكترونيين مثلاً "الصحفي الالكتروني Online Journalist أو المحرر المتكامل Integrated Reporter، وحارس البوابة الالكترونية Online Gatekeeper،



ومحرر الإنترنت Internet Journalist، وصحفي الويبWeb Journalist ، ومحرر النسخة الالكترونية، والصحفي المباشر Online Journalist". ([2]

كما يمكن الإشارة إلى أن هناك مميزات عدة ينفرد بها المحرر الالكتروني عن نظيره التقليدي العامل في الصحف الورقية وأهمها: [3]

---

[1] - نصر، حسني. عبد الرحمن، سناء. (2009). **التحرير الصحفي في عصر المعلومات-الخبر الصحفي**. (ط.2). العين: دار الكتاب الجامعي، ص 290.

[2] - الشعراوي، أحمد. (2009). تأثير منافسة وسائل الإعلام الإلكترونية في فن التحرير الصحفي: دراسة مسحية على عينة من الصحف المصرية والسورية. **رسالة دكتوراه غير منشورة**. جامعة القاهرة، ص 253.

[3] - اللبان، شريف. (2014). الضوابط المهنية والأخلاقية للإعلام الجديد. **رؤى استراتيجية**، ص 102. استرجع بتاريخ 2-4-2017 من: *strategicvisions.ecssr.com/ECSSR/ECSSR_DOCDATA_PRO.../rua07_096.pdf*

1. قدرة محرر الموقع على العمل من أي مكان والنشر الفوري، طالما أنه يمتلك كلمة المرور للدخول إلى الموقع وصلاحية التحرير والنشر.
2. لا ينتهي دور صحفي الإنترنت بكتابة الموضوع أو القصة الخبرية، لأنه مطالب بتغذيتها بأكبر قدر من المعلومات والخلفيات باستخدام خاصية النص الفائق أو النص المتشعب(الهايبرتكست)، فضلاً عن اختياره للصور وإمكانية قيامه بنشر الموضوع بنفسه ومتابعة التعليقات، وعمل التعديلات المطلوبة إذا تطلب الأمر.
3. عدد المحررين في الصحافة الالكترونية أقل من عددهم في الصحيفة المطبوعة.
4. لا يحتاج المحرر في الصحف الالكترونية إلى سنوات من الخبرة كما هي الحال بالنسبة إلى المحرر في الصحافة المطبوعة.
5. السرعة في أداء العمل.
6. تعدد المهام التي يقوم بها.
7. تجتذب الصحافة الالكترونية الخريجين من أقسام الإعلام.
8. يمنح نظام العمل على الكمبيوتر الصحفي الالكتروني راحة أكبر من نظيره في العمل الميداني الصحفي في الصحف المطبوعة.
9. القدرة على تنقيح المعلومات وتحليلها واختبارها وتحديد غير الموثوق به منها.

سادساً: مواصفات المحرر الالكتروني

يحتاج المحرر في المواقع الالكترونية لاستخدام الكمبيوتر في التحرير لإنجاز الكثير من العمليات مثل: الكتابة Writing، والتعديل والتصحيح Revising، والتدقيق النحوي والإملائي Spelling، وتحديد حجم الحروف وكثافتها، وتحديد اتساع الجمع، ورسم الجداول والأشكال البيانية، والتزود بالرسوم، ومعالجة الصور، بل أصبح قادراً على إخراج مادته الصحفية بنفسه Framing، بمعنى أن يقوم بدور المحرر والطابع والمخرج الصحفي، كل هذا وهو جالس في مكتبه، ليس أمامه سوى كمبيوتره الشخصي. [1]

---

[1] - شيخاني، سميرة. (1999). أثر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على تطور فنون الكتابة الصحفية-دراسة تطبيقية على الصحافة المصرية والسورية اليومية. **رسالة دكتوراه غير منشورة**. جامعة القاهرة. ص 130 -131.

لذا يتطلب من المحرر الالكتروني أن يتمتع بالمواصفات الآتية: [1]

1. التمكن من استخدام الحاسب الآلي وبرامجه، وعلى وجه الخصوص برنامج الكتابة وبرنامج الصور الذي يستخدم لإدخال الصور على الحاسوب وإدخالها إلكترونياً إلى الصحيفة.
2. التعامل مع شبكة الإنترنت بحيث يعرف المحرر الالكتروني كيف يبحث على الإنترنت وكيف يتجول على مواقع الإنترنت المختلفة.
3. أن يكون لديه بريد إلكتروني لإرسال واستقبال الرسائل، ويقتضي ذلك أن يكون مدركاً لحجم بريده الالكتروني، حيث لا يحول جهله في منع وصول رسالة بها خبر هام في الوقت المناسب.
4. تتوفر لديه الخبرة بطرق حماية وأمن الحاسب الآلي: مثل البرامج المضادة للفيروسات والبرامج المضادة للتجسس.
5. متابعة ما يتم نشره وردود الفعل والرد على ما يقتضي الرد، أو نشر الردود وفق السياسة التحريرية.

ويتوقع من المحرر الالكتروني التنوع في مهاراته لأداء مهامه التحريرية:[2]

1. **تحرير النص:** أول منفذ للاتصال هو العناوين أو التسميات التوضيحية، اختصر الكلمات إلى ما لا يقل عن 6 كلمات أو 8 كلمات من أجل الوضوح، دعها جذابة، مثيرة، محفزة ومغرية للقراء لتسجيل الدخول وقراءة القصة الكاملة، وأداة الوسائط المتعددة الرئيسية للتحرير هو إتقان كلمات برنامج معالج النصوص Microsoft Words، وفهم أفضل لميزات الكمبيوتر.

---

[1] - كنعان، علي. **الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية**، مرجع سابق، ص 54-55.

[2] - Ganiyu, Mudathir. Akinreti. Qasim. **The Secrets of Multimedia and Online Journalism**. p 66-68.Retrieved 5-4-2017. Available: https://www.academia.edu/24586164/Online_Journalism_Introduction_to_Multimedia_and_Online_Journalism

2. **تحرير الفيديو/ المرئيات:** يشبه الفيديو محتوى صورة ثابتة في إحدى الصحف، ويجب أن توضح المرئيات جانباً من القصة، ولكن الفيديو/ المرئيات قصيرة جداً لمدة 45 ثانية أو دقيقة أو دقيقتين.
3. **تحرير الصوت:** الوقت جوهري في تحرير الفيديو، جودة المدخلات، لدغات الصوت، أو الصوت في غاية الأهمية في تحرير الملفات الصوتية.
4. **تحرير الصور:** الويب هو وسيلة مرئية، وبالتالي فإن استخدام الصور المناسبة يكمل النص في وسائل الإعلام الجديدة بكاملها، والصور تخبر القصة كما هي، والصور يمكن استخدامها بشكل فردي لتقدم قصة أو جزء من القصة، الأهم من ذلك، إنها تقول قصة من خلال عرض الشرائح.
5. **تحرير الرسومات:** تستخدم الرسومات في وسائل الإعلام عبر الإنترنت باعتبارها محور قصة أو جزء من قصة لتعزيزها، وخاصة الإحصاءات والأرقام والرسوم البيانية والجداول مليئة بألوان من أنواع مختلفة، والرسومات يمكن أن تكون تفاعلية أو متحركة.

سابعاً: مبادئ التحرير الالكتروني وضوابطه



تعد الكتابة لموقع الكتروني مختلفة عن الكتابة للوسائط الأخرى، فهي موجهة لقارئ مختلف إلى حد ما في انتقائيته وسرعه انتقاله، فإن لم يجد ما يغريه على البقاء فالخيارات المفتوحة غير المحدودة في متناوله. [1]

وينطلق التحرير الالكتروني من نقطتين أساسيتين وهما:

- النقطة الأولى: الكتابة التفاعلية للقراء الذين يتصفحون المواقع الالكترونية بشكل مختلف عن الصحيفة الورقية، وهذا ما يقود إلى النقطة الثانية.

[1]- كاظم، مصطفى. **الكتابة للموقع الإلكتروني**. استرجع بتاريخ 5 – 4- 2017 من:
http://www.bbc.co.uk/academy/arabic/article/art20130702112133955

- التفكير بأن الإنترنت وسيلة متميزة توظف الوسائط المتعددة وليس امتداداً للصحيفة، لذا من المتوقع أن يلتزم بها المحرر بما يناسب طبيعة الإنترنت.

والمحرر الالكتروني يجمع بين مهام البحث والكتابة والتصميم والتحرير في أشكال عدة سواء النص أو الصور أو الصوت أو الفيديو.

ويذكر جاكوب نيلسن **Jakob Nielsen** ثلاث قواعد للكتابة الالكترونية: [1]

- **الإيجاز:** استخدام ما لا يزيد عن 50٪ من النص الذي سيكون لديك كتابة نفس الموضوع في الصحافة المطبوعة.
- **قابلية المسح الضوئي:** استخدام الفقرات القصيرة والعناوين الفرعية وقوائم نقطية بدلاً من كتل طويلة من النص.



- **استخدام النص التشعبي:** لتقسيم كتل طويلة من المعلومات في صفحات متعددة.

ويحدد علي كنعان خمسة مبادئ تتسم بها عملية التحرير الصحفي الالكتروني وهي: [2]

1. **الوضوح:** وذلك استجابة لطبيعة الإنترنت القائمة على السرعة وتعدد الخيارات، وتتأكد أهمية الوضوح في المضمون لعدم توفر الوقت الكافي للقراء لاستيعاب وإدراك المعاني التي قد تقدم صياغات تتسم بالطول والتعقيد.
2. **الاتساق:** يقصد به أن تكون عناصر الموضوع متناسقة.
3. **الدقة:** يعني بها دقة النصوص، إذ إن الأخبار الجادة والمعلومات تعتبر أحد الأسباب التي تدعو الجماهير لاستخدام الإنترنت.
4. **الكفاية والتناسب:** بمعنى كفاية المعلومات وتناسبها مع المبادئ والممارسة التحريرية.

---

(1)- – Ward, Mike. (2002). **Online Journalism**. (1st, ed). Oxford: Elsevier Science Ltd, p 128.

(2) - كنعان، علي. **الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية**، مرجع سابق، ص 76-77.

5. **التشييد:** حيث يسمح للمحرر بصياغة عناصر جديدة انطلاقاً من العناصر الموجودة، مستخدماً قدرة الحاسوب على تشييد أي وحدة نصية كعنصر جديد في مفردات أو إشارات تتوسع عبر تشبيك مقاطع أو فصول نصية عديدة.

وعلى المحرر الصحفي مراعاة مجموعة من الضوابط التي تسهم في الحفاظ على العناصر الإخراجية وتساعد على زيادة انقرائية المادة الصحفية الالكترونية، ومن هذه الضوابط:[1]

1. التوازن في عدد كلمات العناوين، خاصة التي توضع على الصفحة الرئيسة لموقع الصحيفة الالكترونية والصفحات الرئيسة الداخلية، ويكون عدد الكلمات الأمثل يتراوح من 5–6 كلمات، بحيث لا تزيد الكلمات أو تقل إلا لضرورة.
2. لا يزيد عدد كلمات العنوان التمهيدي عن 5 كلمات، ولا يقل عن 3 كلمات، ويراعى في العنوان التمهيدي أن يكتب داخل الموضوعات في مستوى صفحة العرض، ولا يوضع على الصفحة الرئيسة للموقع أو الصفحات الرئيسة الداخلية.
3. إعادة صياغة العنوان الرئيسي للخبر أو الموضوع في حالة وضعه على الصفحة الرئيسة بعد حذف العنوان التمهيدي.
4. النقطتان الرأسيتان يتم استخدامهما بعد أسماء الدول في حالة صدور تصريح رسمي من الدولة مصدر الخبر، أما إذا لم يكن التصريح أو الخبر رسمياً فيتم استعمال النقطتين المتجاورتين.
5. تحقيق التوازن في عدد كلمات المقدمة، بحيث تتراوح بين 100–120 كلمة في الموضوع الذي يتراوح عدد كلماته من 1000 – 1200 كلمة، وفيما يتعلق بالخبر فيتراوح عدد كلمات المقدمة من 60–70 كلمة.
6. تحقيق التوازن في عدد كلمات الموضوع أو الخبر بحيث تتراوح كلمات الموضوع من 1000–1200 كلمة، وكلمات الخبر من 600–800 كلمة.
7. تحقيق التوازن في عدد كلمات الفقرة الواحدة بحيث لا تكون مقتضبة مخلة بالمضمون، أو طويلة مملة، ويفضل أن تكون كلمات الفقرة في المقدمة من 35–40 كلمة، وفي جسم الموضوع تتراوح الفقرة من 60–100 كلمة.

[1] ـ المصدر السابق نفسه، ص 87 – 88 – 89.

8. يفضل أن يكون عدد كلمات العنوان الثانوي الواحد في حدود 3 كلمات، على أن يوضع العنوان الثانوي عند بداية فقرة جديدة.
9. يفضل أن يكون أول عنوان ثانوي بعد الفقرة الثانية وليس قبل ذلك، حتى لا يلتقي بالصورة أو التعليق عليها، وحتى لا يكون قريباً من العنوان الرئيسي للموضوع.
10. يراعى عدم الإسراف في العناوين الثانوية، ويفضل استخدام عنوان واحد بعد كل 300 كلمة في الموضوعات، وبعد كل 250 كلمة في الأخبار.
11. يراعى في تعليقات الصور ألا تزيد عن 7 كلمات في الصور العرضية، ولا تزيد عن 5 كلمات في الصور الطولية.
12. يراعى في تعليقات الصورة أن تكون ذات دلالة إضافية وليست مجرد شرح لمكونات الصورة.

ثامناً: مراحل التحرير الالكتروني

تمر عملية التحرير الالكتروني بمراحل عديدة وهي:[1]

أولاً: التخطيط:

وهي مرحلة تحديد المحاور الأساسية للمادة واختيار العناصر الأساسية التي سوف تتضمنها، والتخطيط يشمل الوصلات الفوقية التي تتيح للمستخدمين أن ينقلوا من موقع معلوماتي إلى آخر فورياً، كما يشمل الشكل غير الخطي، وتعني أنه بإمكان القراء الدخول إلى الخبر أو صفحة الشبكة عند أي نقطة، والتحول من عنصر إلى أخر، إذ يضغط القراء على وصلات فائقة السرعة تنقلهم من مواقع أو موضوعات إلى أخرى في موقع الشبكة نفسه.

ثانياً: جمع المعلومات:

يجب فيها مراعاة مستويات عدة عند إعداد المادة الالكترونية، منها: مستوى سطحي (الإيجاز، الاختيار، التكثيف)، ومستوى متعمق (التفاصيل، الخلفيات، وجهات النظر المختلفة)، ومستوى التحديث (جمع المعلومات الحالية لمتابعة الحدث أولاً فأول).

[1] – صونية، قوراري. (2011). اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية-دراسة ميدانية على عينة من الطلبة مستخدمي الإنترنت في جامعة بسكر. **رسالة ماجستير**. جامعة محمد خيضر – بسكرة. الجزائر، ص 252-253.

ثالثاً: تنظيم المعلومات:

تقديم المادة يمكن أن يصاحبه استخدام الوسائل المتعددة واستخدام الخلفيات، إذ يمكن للمستخدم الرجوع بنفسه إلى المواد الأرشيفية ذات العلاقة بموضوع التغطية، كذلك تركيب جانب الحوارات والمناقشات العامة في الموضوع وإقامة الروابط التشعبية للموضوع.

رابعاً: كتابة المادة:

يرتبط شكل الكتابة وأسلوبها بطبيعة المحتوى نفسه، وهناك عنصران مهمّان متكاملان في الكتابة الصحفية وهما:

1. الأفكار المتضمنة واللغة المستخدمة لتوصيلها: فقراء الشبكة يريدون الخبر في مستويات، بعضهم يريد الموجز فقط، وآخرون يريدون تفاصيل أكثر، ويفضل كتابة الخبر كاملاً ولكن في فقرات، إذ يميل القراء إلى التصفح أكثر من ميلهم إلى القراءة الممتعة
2. إعادة الصياغة: وتعني حذف الكلمات غير الضرورية وحذف المعلومات الأقل أهمية حيث يمكن تقديمها كوصلة للقراء الذين يريدون مزيداً من المعلومات والتعمق.

ولكن عند إعداد المواد التحريرية للنشر في المواقع الالكتروني هناك مجموعة من العيوب التي ينبغي أن يراعيها المحررون الالكترونيين:[1]

1. يمكن للمحررين البدء في الاعتماد على الأدوات الالكترونية كثيراً، فمثلاً في حين أن وظيفة "النسخ واللصق" توفر الوقت وتمنع الأخطاء في النسخ، فإنها ليست دائماً الأفضل

---

[1] - Rumel. Joshua. Lamme, Taryn (2013).Moving to Electronic Editing. **Thomas M. Cooley Law Review**, 30(2),p. 216- 217.

عند تصحيح التفاصيل، فهناك شيء عن الفعل المادي لكتابة الاقتباس الذي يجنب العديد من الأخطاء الصغيرة.

2. يخطئ أحياناً المحررون، رغم أن هذا يخلق فرصاً عظيمة للتعليم إلا أنه لا يجعل من السهولة الوصول إلى المنتج النهائي، وعندما يخطئ المحررون أو يعدّلون يعني أن عليهم التراجع ما يعني أيضاً إضاعة الوقت.
3. قد ينسى المحررون دمج التغييرات في النسخة الالكترونية إذا أمضوا وقتاً إضافياً في الكتابة اليدوية للتغييرات مع اقتراب الموعد النهائي لتسليم العمل.
4. السماح لعدة محررين الوصول إلى الملفات الالكترونية قد يؤدي لمخاطر أمنية، قد تساعد كلمات المرور في خفض هذا الخطر.
5. قد يعتمد المحررون على وظيفة "التعليق" بدلاً من القيام بصنع قرار نهائي، وعلى المحررين معرفة الجواب.
6. يضطر رئيس التحرير إلى بذل جهود متضافرة للعودة وتقييم المستند الأصلي.
7. لأن العديد من المحررين سيكون لديهم القدرة الوصول إلى الملفات سيخلق عبئا إدارياً مضاعفاً على مدير التحرير.



ومن ناحية أخرى عند تحرير المواد الصحفية إلكترونياً يجب أن يولي المحررون اهتماماً بالجمهور أو متصفحي مواقعهم، حيث أتاحت الإنترنت مزيداً من السلطة في أيدي المستخدمين عن طريق:[1]

- الطعن في الدور التقليدي للنشر باعتباره حارس بوابة للأخبار والمعلومات، ويمكن للمستخدم تحديد وتصفية الأخبار بطريقة تقليدية.

[1] - Ganiyu, Mudathir. Akinret, Qasim..The Secrets of Multimedia and Online Journalism, Op. Cit. p.6.

- الوصول إلى الوثائق الأساسية للقصة والبحث في الوثائق الأصلية، وبسهولة إجراء مقارنة قصة أحد المراسلين مع قصة الآخرين عن طريق مسح المنشورات الإخبارية في جميع أنحاء البلاد.
- الوصول إلى الأرشيف بسهولة.

الخلاصة

تستعرض هذه الوحدة نشوء الصحافة الالكترونية والمراحل التي مرت بها، وتقدم مجموعة من التعاريف العلمية لمفهوم التحرير الالكتروني، والفوائد التي منحها للمحررين في إنجاز أعمالهم من خلال الاستفادة من التطورات التي أتاحتها تكنولوجيا الحاسب والإنترنت، وتتطرق الوحدة إلى غرف التحرير الالكتروني والتغييرات التي طرأت في آليات عملها، وتعريف مفهوم المحرّر الالكتروني والمميزات التي ينفرد بها مقارنة بنظيره الذي يعمل في الصحف الورقية؛ والمواصفات التي يجب أن يتمتع بها والمهارات المتنوعة المتوقعة منه، ومبادئ التحرير الالكتروني وضوابطه التي تزيد من إنقرائية المواد الصحفية الالكترونية، وكذلك مراحل عملية التحرير الالكتروني، وأخيرا نقدم مجموعة من النصائح لتلافي العيوب والأخطاء في أثناء عملية التحرير الالكتروني.

المراجع:

1. خالد الفرم: الصحافة الإلكترونية العربية لا زالت في مرحلة الموجة الأولى. 2010، استرجع بتاريخ 11-12- 2017 من:
http://masscomm.kenanaonline.net/posts/139087

2. إياس فارس: التحرير الإلكتروني، استرجع بتاريخ 9-12-2017 من:
http://ocw.up.edu.ps/%D9%83%D9%84%D9%8A%D8%A9%20%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9

3. محمود، سمير . (1997). الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف. (ط.1). القاهرة: دار الفجر.
4. صادق، عباس. (2005). التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الإنترنت. مؤتمر صحافة الإنترنت في العالم العربي، الواقع والتحديات في الشارقة من 22 إلى 25 تشرين الثاني.
5. اللبان، شريف. خليل، محمود. (2000). اتجاهات حديثة في الإنتاج الصحفي. (ط.1) القاهرة: دار العربي.
6. كنعان، علي. (2014). الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية. (ط.1). عمان: دار اليازوري.
7. غازي، خالد. (2007). الصحافة الإلكترونية الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح. (ط.1). الجيزة: وكالة الصحافة العربية.
8. نصر، حسني. عبد الرحمن، سناء. (2009). التحرير الصحفي في عصر المعلومات- الخبر الصحفي. (ط.2). العين: دار الكتاب الجامعي.
9. الشعراوي، أحمد. (2009). تأثير منافسة وسائل الإعلام الإلكترونية في فن التحرير الصحفي: دراسة مسحية على عينة من الصحف المصرية والسورية. رسالة دكتوراه غير منشورة. جامعة القاهرة.

10. اللبان، شريف. (2014). الضوابط المهنية والأخلاقية للإعلام الجديد. رؤى استراتيجية، ص 102. استرجع بتاريخ 2-4-2017 من:

strategicvisions.ecssr.com/ECSSR/ECSSR_DOCDATA_PRO.../rua07_096.pdf

11. شيخاني، سميرة. (1999). أثر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على تطور فنون الكتابة الصحفية–دراسة تطبيقية على الصحافة المصرية والسورية اليومية. رسالة دكتوراه غير منشورة. جامعة القاهرة.

12. كاظم، مصطفى. الكتابة للموقع الإلكتروني. استرجع بتاريخ 5 – 4–2017 من:
http://www.bbc.co.uk/academy/arabic/article/art20130702112133955

13. صونية، قوراري. (2011). اتجاهات جمهور الطلبة نحو الصحافة الإلكترونية–دراسة ميدانية على عينة من الطلبة مستخدمي الإنترنت في جامعة بسكر. رسالة ماجستير. جامعة محمد خيضر – بسكرة. الجزائر.

14. Electronic Editing. Retrieved 20-4-2017 .Available:

http://www.genericcomp.com/Pages/On_Line_Editing.html

15. Lanier, Clinton. (2004). Electronic Editing and the Author, Technical Communication.

16. Supe, Avinash. Electronic Editing. Retrieved 21-4-2107.Available:

www.jpgmonline.com/documents/author/24/8_Supe_12.pdf

17. Van Der Haak, Bregtje. (2012).The Future of Journalism: Networked Journalism- Rethinking Journalism in the Networked Digital Age. International Journal of Communication.

18. Dayton, David. (1998). Technical Editing Online: The Quest For Transparent Technology. Journal of Technical Writing and Communication.

19. Van Nieuwerburgh, Sylvie. Journalists in a Digital Age. Retrieved 22-4-2017. Available:

www.denieuwereporter.nl/wp.../Scriptie%20alles%20versie%202.pdf

20. Witschge, Tamara. Nygren, Gunnar. (2009).Journalism: A Profession Under Pressure? Journal of Media Business Studies.

21. Ganiyu, Mudathir. Akinreti. Qasim. The Secrets of Multimedia and Online Journalism. Retrieved 5-4-2017. Available:
https://www.academia.edu/24586164/Online_Journalism_Introduction_to_Multimedia_and_Online_Journalism

22. Ward, Mike. (2002). Online Journalism. (1st, ed). Oxford: Elsevier Science Ltd.

23. Rumel. Joshua. Lamme, Taryn (2013).Moving to Electronic Editing. Thomas M. Cooley Law Review.

التمارين:

أجب عن الأسئلة التالية:

1. عدد مراحل تطور الصحافة الالكترونية وفق فين كروسبي.
2. تحدث عن أوجه استفادة التحرير الالكتروني من منظور تكنولوجي.
3. ما هي التغييرات التي طرأت في آليات عمل غرف التحرير في المواقع الالكترونية؟
4. ما ضوابط التحرير الالكتروني؟
5. عدد مراحل التحرير الالكتروني واشرح مرحلة كتابة المادة.

ضع إشارة (صح√ أو خطأ X) أمام العبارات الآتية:

أ. بدأت الموجة الثانية من تطور الصحافة الالكترونية مع ظهور شبكة الإنترنت بإمكانياتها المختلفة وتوسع استخدام الوسائط المتعددة/ **صح**

ب. يشير مفهوم الكتابة الإجرائية إلى الدمج ما بين الكتابة والتحرير التصميم كضرورة قصوى لإنتاج المواد الإعلامية سواء المطبوعة أم الفورية/ **خطأ**

ج. من عيوب التحرير الالكتروني عدم قدرة محرر الموقع على العمل من أي مكان والقيام بالنشر الفوري/ **خطأ**

د. من قواعد الكتابة الالكترونية استخدام ما لا يزيد عن 50٪ من النص نفس الموضوع في الصحافة المطبوعة/ **صح**

اختر الإجابة الصحيحة:

1. أصبحت عملية الكتابة في بيئة الهايبرتكست Hypertext أشبه بجهد:

A. جماعي.

B. فردي.

الإجابة الصحيحة: A. جماعي.

2. باتت غرف التحرير الالكترونية أكثر:
   - A. مركزية.
   - B. لامركزية.

الإجابة الصحيحة: B. لامركزية.

3. بات الهيكل بين المحررين ورئيس التحرير أكثر:
   - A. شفافية.
   - B. صرامة.

الإجابة الصحيحة: A. شفافية.

الوحدة التعليمية الثـانيـة

العوامل المؤثّرة في التّحرير الالكتروني

الفصل الثاني: العوامل المؤثّرة في التّحرير الالكتروني

- مقدّمة.
- حراسة البوابة الالكترونية.
- العوامل المؤثرة في عمل حراس البوابة الالكترونيين.
- معوقات مؤثرة في عملية التحرير الالكتروني.
- تأثير التكنولوجيا في ممارسات المحررين الالكترونيين.
- توسع مفهوم المنافسة الإعلامية.
- المعايير المهنية والأخلاقية في التحرير الالكتروني.

الأهداف التعليمية:

بعد دراسة هذه الوحدة التعليمية يجب على الطالب أن يكون قادراً على أن:

1. يعرف مفهوم حراسة البوابة الالكترونية.
2. يعدد العوامل المؤثرة في عمل حراس البوابة الالكترونيين.
3. يذكر أبرز المعوقات المؤثرة في عملية التحرير الالكتروني.
4. يدرك تأثير التكنولوجيا في ممارسات المحررين الالكترونيين.
5. يشرح مفهوم المنافسة الإعلامية.
6. يذكر المعايير المهنية والأخلاقية في التحرير الالكتروني.

أولاً: مقدّمة



يواجه المحررون الالكترونيون بشكل متواصل عوامل مؤثرة في اختيارهم للأحداث والموضوعات ومن ثم معالجتها ونشرها على شبكة الإنترنت، إذ تقع آلاف وربما ملايين الأحداث كل لحظة وكل دقيقة ولا تستطيع المواقع الصحفية الالكترونية على الرغم من الإمكانيات المادية والتقنية من مواكبة هذا الانفجار المعلوماتي المتتالي، ما يُلقي عبئاً مضاعفاً على ممارسي مهنة الصحافة أكثر من أي وقت مضى في اختيار الأحداث وتحريرها وتقديمها للجمهور المستخدم، حيث "تشهد صناعة الصحافة تحولاً جذرياً يتنامى يوماً بعد يوم مع ازدياد انتشار استخدام شبكة الإنترنت وسط قطاعات عريضة من جمهور قراء الصحف الالكترونية والمواقع الإخبارية المتاحة على الشبكة".[1]

وتتباين الصحف والمواقع الصحفية الالكترونية في تناول الأحداث اللحظية والمتجددة وتقديمها للجمهور الالكتروني، فيمكن أن يتناول موقع الكتروني ما حدثاً أو موضوعاً معيناً في وقت يقلّل فيه موقع آخر من أهمية هذا الحدث أو الموضوع، وقد يتجاهله بشكل تام، لأن "الحدث يُقرأ وفق موقف الوسيلة، أي كيف تنظر هذه الوسيلة إلى هذا الحدث وكيف تفهمه، وبالتالي كيف تقيمه، وأين يقع هذا الحدث على خريطة مصالح واهتمامات هذه الوسيلة" [2]

ويمكن تفسير ما سبق بأن عملية صنع القرار التحريري "ليست متجانسة الغاية بالكامل" [3] بل عبارة عن عملية معقدة، إذ "يجب أن يتبع اختيار الموضوع والطريقة التي يتم التعامل معه، فضلاً عن ترتيب تقديم

[1]– عبد البارى، وائل. **مصداقية المواقع الإخبارية على الإنترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري**. استرجع بتاريخ 2017/5/12 من:
site.iugaza.edu.ps/jdalou/files/2012/03/مصداقية-المواقع-الإخبارية-على-الإنترنت.pdf

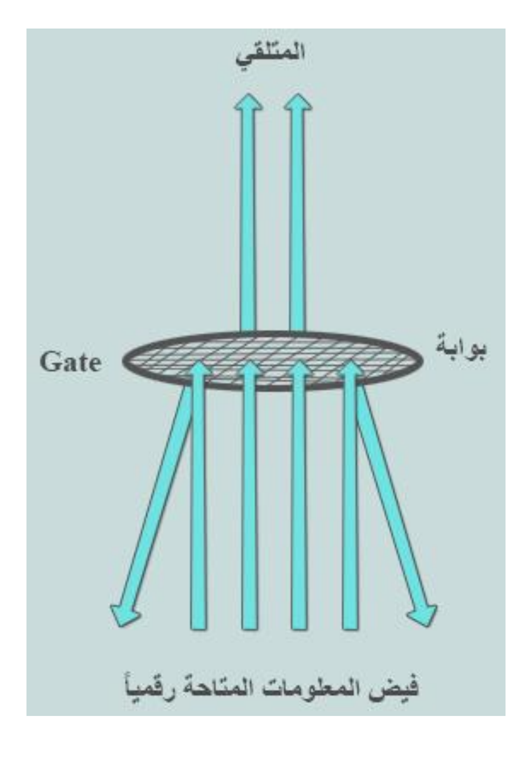
[2] -خضور، أديب. (2003). **أزمة إعلام أم أزمة أنظمة**. (ط.1). دمشق: مكتبة السلسلة الإعلامية، ص 198، ص145.

[3] -ماكفيل، توماس. (2012). **الإعلام العالمي**. (عبد الحكم أحمد الخزامي، مترجم). (ط.1). القاهرة: دار الفجر، ص 26.

هذه المواضيع في وسائل الإعلام المطبوعة والالكترونية والرقمية عدداً من المعايير"(4) والتي تحدد مسار عمل المحرر الصحفي.



ثانياً: حراسة البوابة الالكترونية



يعد حراس البوابة في المواقع الالكترونية من أبرز القوى المباشرة والمؤثرة في عملية اتخاذ القرار النهائي للنشر، والحلقة الأهم في عملية إدراك وتقرير ما يصل إلى الجمهور من محتوى على الرغم أن "منصات وسائل الإعلام الرقمية لديها عدد أقل من المرشحات والبوابات على الإنترنت، والتي تؤدي إلى أن أي فرد يحدد ما هي الأخبار وما هو مهم ما يزيد من تخفيض البوابات على الإنترنت". (5)

وتعرّف باميلا شوماكر **Pamela Shoemaker** حراسة البوابة الاعلامية بأنها: "العملية التي من خلالها يتم خفض المليارات من الرسائل المتاحة في العالم وتحويلها إلى مئات الرسائل لتصل إلى شخص معين في يوم معين". (6)

ويرى كين **Keen** أن حراس البوابة الالكترونية "ضرورة بسبب فيضان المعلومات القادمة رقمياً، وهؤلاء الحراس ضروريون لتصفية ما هو مفيد وذات مصداقية"(7)، ويشك بافلك **Pavlik** بأن الصحفيين الالكترونيين حراس على المعلومات موضحاً أن دور الصحفي الالكتروني "يؤكد على شمولية وجهات النظر أكثر بكثير مما هو عليه في الصحافة التقليدية، وقد تشمل وجهات النظر القصص من حيث

---

(4) - Pavelka, Jiří. (2014). The Factors Affecting the Presentation of Events and the Media Coverage of Topics in the Mass Media. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, 140 (22), p. 624.

(5) – Clark, Matthew. (2015). Gatekeeping Social Media in Toddy's Newsrooms. **Master Thesis**. Gonzaga University. USA, p.14.

(6) - Soroka, Stuart. (April. 2012). The Gatekeeping Function Distributions of Information in Media and the Real World. **The Journal of Politics**, 74 (2), p.515.

(7) - Clark, Matthew. Gatekeeping Social Media in Today's Newsrooms. Op. Cit. p.14.

مصادر المعلومات والنصوص والتسجيلات الخاصة بآراء المصادر، وروابط إلى قصص سابقة حول القضايا، وروابط مباشرة إلى مصادر المعلومات على الإنترنت أو غيرها". [8]

وهناك مجموعة من الأسباب تستدعي وجود حراس البوابة في وسائل الإعلام المختلفة وإن كانت الإنترنت قد غيرت من طبيعة عمل حراس البوابة الالكترونيين من حيث الكم والنوع:[9]

1. **كمية كبيرة من الأخبار:** كل وسيلة إخبارية لديها عدد كبير جداً من القصص التي يلفت انتباهها يومياً من قبل الصحفيين.
2. **محدودية الوقت أو المساحة:** بسبب مخاوف عملية مختلفة، كمية محدودة من الوقت أو الفضاء المتاح في أي وسيط، الحقيقة أن كل ثانية من وسائل الإعلام الالكترونية وكل سطر من وسائل الإعلام المطبوعة تُباع.
3. **معايير الحكم:** هناك دائماً منظور إخباري داخل أي منظمة يتضمن مجموعة معقدة من المعايير للحكم على قصة إخبارية معينة، ويستند هذا المنظور إلى الاحتياجات الاقتصادية والسياسة التنظيمية والقيم الإخبارية ومفاهيم الجمهور والتزامات الصحفيين.
4. **أذواق الجمهور:** ليست كل الحقيقة للنشر أو للبث، في بعض الأحيان تأتي مهمة صعبة للغاية للصحفي في وسائل الإعلام عندما يكون عليه إخفاء الحقيقة عن الجماهير بسبب الهوية الشخصية أو النزاهة الوطنية أو المصلحة الوطنية.

ثالثاً: العوامل المؤثرة في عمل حراس البوابة الالكترونيين:[10]

هناك مجموعة من العوامل المؤثرة في عمل حراس البوابة في المواقع الالكترونية وأهمها:

1. **البيئة الإعلامية الالكترونية:** زادت البيئة الإعلامية الالكترونية من بعض الضغوط على حراس البوابة، مثل ضرورة التكيف مع مقتضيات سرعة البث والنشر على الويب، حيث أصبح عامل

[8] - . Smith, Jessica. (2005). Content Differences between Print and Online Newspapers. **Master Thesis**. University of South Florida. USA. p. 15.

[9] – Shabir, Ghulam. Safdar, Ghulam. Imran, Muhammad. Mumtaz, Asad. Anjum, Ashraf Ali. (2015). Process of Gate Keeping in Media: From Old Trend to New. **Mediterranean Journal of Social Sciences**, 6(1), p. 591-592.

[10] - تلاحمة، ثائر. (2012). حراسة البوابة الاعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت. **رسالة ماجستير**. جامعة الشرق الأوسط. الأردن، ص 45. نقلاً عن بخيت، السيد. (2004). الإنترنت وسيلة اتصال جديدة. الإمارات: دار الكتاب الجامعي، ص 131.

السرعة في البيئة الالكترونية الجديدة من أهم العوامل التي تتدخل في معايير اختيار الأخبار ونشرها، إذ أصبح بمقدور حارس البوابة بث المادة الإعلامية على مدار الساعة ليلاً أو نهاراً بمجرد الحصول عليها، وإصدار أكثر من طبعة من ذات العدد بدون التقيد بعوامل أخرى، وهو ما يشكل بيئة إعلامية مختلفة تماماً عما سبقتها، كما يمثل تحدياً في ذات الوقت لأهم القيم المهنية، وهي تحري الدقة وضرورة التثبت من المعلومات قبل بثها أو نشرها.

2. **جدة وحداثة الأدوات الفنية والتكنولوجية:** هذه الأدوات يتم توظيفها إعلامياً فضلاً عن تغيّرها وتطورها المستمر، وكذلك كيفية مجابهة منافسة الوسائل الإعلامية الأخرى والموجودة على الإنترنت والتي تتراكم يومياً في الساحة الجديدة، فضلاً عن ضغوط الطلب المتزايد للحصول على الربح.
3. **إثبات مصداقية حارس البوابة:** يواجه حارس البوابة ضغوطاً مثل كيفية إثبات مصداقيته الإعلامية وسط زخم هائل من الوسائط المتدفقة على الإنترنت، وكذلك تحدي كيفية التثبت من مصداقية المصادر التي يتعامل معها، وخاصة المُجهّلة منها، وضخامة المعلومات التي تتدفق إليها، والتي تحتاج لجهد هائل في تبويبها وفهرستها، فضلاً عن تقييمها، وكذلك الخلط بين المستقبلين والمرسلين كحراس بوابة، وعدم وجود فاصل دقيق بين الوظائف التحريرية والتسويقية والإعلانية.



كما يتأثر حراس البوابة الالكترونيين بمجموعة من العوامل المشابهة لنظرائهم في الوسائل الإعلامية الأخرى مثل: [11]

1. السياق المهني: الروتين، وتنظيم غرف الأخبار، الثقافة الصحفية والأخلاقية، والمبادئ التوجيهية لوسائل الإعلام.

---

[11] - Domingo, David. Quandt, Thorsten. Heinonen, Ari. Paulussen, Steve. Singer, Jane. Vujnovic, Marina. (2008). Participatory Journalism Practices In the Media and Beyond an International Comparative Study of Initiatives in Online Newspapers. **Journalism Practice**, 2 (3), p. 339.

2. سياق السوق: حجم المؤسسة، والملكية، واستراتيجيات التنافس.

3. السياق الاجتماعي: المجال العام، سياسات مجتمع المعلومات، وقوانين وسائل الإعلام.

وحدد غانس وغيتلين **Gitlin & Gans** العوامل المؤثرة على عملية صنع القرار الصحفي في جميع الوسائل الإعلامية ومنها المواقع الالكترونية في خمسة اتجاهات أساسية: [12]

1. **اتجاه المرآة:** محتوى وسائل الإعلام يعكس تصويراً دقيقاً أساسياً من الواقع الاجتماعي مع تأثير ضئيل من الصحفيّ.
2. **الاتجاه الاتصالي المركزي:** الذي يؤثر في محتوى وسائل الإعلام من خلال التنشئة الاجتماعية للصحفيين والاتجاهات التي تشكلت من المواقف النفسية والشخصية والسياسية والمواقف المهنية الصحفية.
3. **اتجاه روتين التنظيم:** تنظيم الصحفيين وتدريبهم.
4. **نهج القوى الاجتماعية:** وهي عوامل خارجية مؤثرة، وتشمل القوى الاجتماعية والاقتصادية والثقافية المتأصلة في سوق وسائل الاعلام.
5. **الاتجاه الإيديولوجي:** الذي يؤثر في المحتوى من خلال ضغوط الهيمنة التي تضمن مصالح الوضع الراهن.

ولا يمكن إغفال تأثير السياسة التحريرية للموقع الالكتروني على عملية التحرير الصحفي في مختلف الوسائل الإعلامية ومنها المواقع الالكترونية، وتعرف السياسة التحريرية "بالمعنى المفاهيمي على أنها دليل لنشر القصص في الصحف أو المجلات، وبالمعني التشغيلي المسار الذي تنتخبه الصحيفة وتجيب على السؤالين الأساسيين ما الذي سننشره؟ كيف ننشر؟" [13].

---

[12]Swartz, Brecken. (2006). Strategies in International Broadcasting: A Grounded Analysis of Communication Values across Cultures .**Doctoral Thesis**. University of Maryland. USA, p.31.

[13] - **Media Ownership and Its Influence On Editorial Policy (A Case Study Of Announcer News Paper Owerri)**, P.22. Retrieved 10-6-2017. Availabe: http://freeplace.org/materials/mass-communication/Media%20Ownership%20And%20Its%20Influence%20On%20Editorial%20Policy%20(A%20Case%20Study%20Of%20Announcer%20News%20Paper%20Owerri).doc

رابعاً: معوقات مؤثرة في عملية التحرير الالكتروني

يواجه المحررون في المواقع الالكترونية عدداً من المعوقات التي تؤثر في عملية تحرير ونشر المحتوى الإعلامي، وصنف مايك **Mike** هذه المعوقات في ثلاث فئات: [14]

1. **معوقات ترتبط بالمتطلبات التكنولوجية** Technological Barriers: حيث توجد العديد من المؤسسات الإعلامية التي تعاني نقص المتطلبات التكنولوجية اللازمة لتطوير صناعة النشر الالكتروني بها.
2. **معوقات تتعلق بهيكل العمل وقواعده التنظيمية** Organizational Barriers: تتطلب الاستفادة من إمكانات النشر الالكتروني الكثير من التدريب، وتستهلك وقتاً حتى يمتلك الصحفيون مهارة عالية في استخدام مصادر المعلومات الالكترونية، واستيعاب خصائص الاتصال التفاعلي والاستفادة منه.
3. **معوقات تتعلق بالمفاهيم التقليدية السائدة في العمل الصحفي** Culture Barrie: لم يعرف العمل الصحفي التقليدي أشكالاً أخرى للمعلومات غير النصوص والعناصر الجرافيكية الثابتة، ولم تتضمن مفردات المادة الصحفية المواد الصوتية ولا لقطات الفيديو، وغير ذلك من أشكال المعلومات غير المألوفة، والتي يتيحها النشر الالكتروني على الإنترنت، والتي أصبحت من العناصر المطلوبة في الموضوعات الصحفية، ما يعني أن الأمر يتطلب أن يعتاد الصحفيون في المواقع الإعلامية التفكير في بناء موضوعاتهم على نحو مختلف عن ذي قبل.

خامساً: تأثير التكنولوجيا في ممارسات المحررين الالكترونيين



تؤثر التطورات التكنولوجية في غرف التحرير على طبيعة أداء الصحفيين، حيث يعمل المحررون الالكترونيون وفق المواعيد النهائية المستمرة بدلاً من جداول إنتاج بث شبكاتهم التلفزيونية والإذاعية أو في الصحف الورقية.

كما "وفرت تقنية الاتصال عبر الإنترنت تغييراً في طبيعة عمل

---

(14) - اللبان، شريف. الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، مرجع سابق، ص 102 – 103.

المحرر، حيث باستطاعة المحرر الالكتروني أن يعمل في أي مكان مجرد امتلاكه كلمة المرور للدخول إلى الموقع الإعلامي ليقوم بأعمال التحرير، وليس بالضرورة تواجد الكادر التحريري في مدينة واحدة فقد يكون رئيس تحرير الموقع في محافظة والمحررون في محافظة أخرى". [15]ويطرح على الدوام اسئلة جوهرية وهي:

1. كيف سيتم دمج الممارسات التكنولوجية الجديدة في الممارسات الصحفية؟ [16]
2. كيف أثر التطور على العمل الصحفي والأدوار المهنية للصحفيين؟
3. هل الطرق الجديدة للقيام بالعمل اليومي تؤثر على التفكير في الصحافة والقيم الصحفية؟
4. هل العمليات الجديدة في غرف الأخبار فقط وسيلة أكثر كفاءة لإنتاج نفس الصحافة القديمة؟
5. هل القيم المهنية أيضا تتغير؟ [17]

ويتبلور تأثير التكنولوجيا في ممارسات المحررين الالكترونيين بما يلي:[18]

1. **غرفة التحرير عبر الإنترنت:** تتعلق إحدى الفروع الرئيسية في البحوث المتعلقة بالممارسات الإعلامية الجديدة التغييرات في أدوار العمل نتيجة للتكنولوجيات الرقمية الجديدة.

ويلاحظ **أورسيل** أن العديد من النقاد ربطوا إدخال تكنولوجيات جديدة في غرف الأخبار مع وضع معايير صحافية متدنية، لأنها كانت تنطوي على تغييرات في طبيعة وترسيم المهام، ويشير هؤلاء النقاد ليس فقط إلى المسائل الانتقالية من الخبراء التقنيين مع القليل من المعرفة الصحفية، حيث هيمنت غرف الأخبار على الإنترنت في وقت مبكر بل أثير الاهتمام بشأن التقسيم بين الإعلان والتحرير في تنظيم وثقافة غرفة الأخبار.

والخوف المتكرر الذي يعبر عنه هو أن هذا التقسيم أضعف غرف الأخبار على الإنترنت منه في الغرف التقليدية، وكان مطلوباً من كل موظف أن يتعلم المزيد من المهام حيث أن الرقمنة لديها حدود غير واضحة بين المراسل والفني والمحرر.

---

[15] - الشعراوي، أحمد. تأثير منافسة وسائل الإعلام الالكترونية في فن التحرير الصحفي: دراسة مسحية على عينة من الصحف المصرية والسورية، مرجع سابق، ص 253.

[16] - Kovačič, Melita, Erjavec,Karmen.Štular,Katarina.(2010). Credibility of Traditional vs. Online News Media: A Historical Change in Journalists' Perceptions? **Croatian Journal for Journalism and the Media**, 16(1). p.118

[17] - Witschge, Tamara. Nygren, Gunnar. (2009). Journalism: A Profession under Pressure? **Journal of Media Business Studies**, p. 41.

[18] - S, Allan. D, Matheson. (2004). Online Journalism in the Information Age. **Savoir, Travail&Société**, 2(3), p. 5-9.

وقد زادت أعباء العمل وجعلت الحوسبة من الأسهل على المحررين إجراء تغييرات في اللحظة الأخيرة وزيادة الرقابة التحريرية، ومع ذلك في الوقت نفسه، يبدو للصحفيين أن سيطرتهم على عملهم قد تحسنت أيضاً، وقد قُلصت القيود التقنية كتلك المتعلقة بتحرير المواد الأرشيفية أو استخدامها، ومع ذلك يبدو أن الصحفيين يقضون وقتاً أطول في المسائل التقنية.

2. **ممارسات جمع الأخبار والكتابة:** هناك تغيير متزامن في ممارسات غرفة الأخبار التي لوحظت في عدد من الدراسات لوسائل الإعلام الجديدة، ولا سيما لدى الصحفيين العاملين في الأخبار على شبكة الإنترنت، وهذا تغيير في أيديولوجية الصحفي، وهناك بعض الأدلة على أن الصحفيين عبر الإنترنت يعتبرون أنفسهم متميزين في غرضهم وممارساتهم، حيث يميل الصحفي قليل الخبرة عبر الإنترنت إلى التفكير من حيث القصص وقيمة الأخبار والخدمة العامة والأشياء الجيدة للقراءة، لكن الشخص الذي لديه الكثير من الخبرة عبر الإنترنت يفكر أكثر في الاتصالات والتنظيم والحركة داخل وبين مجموعات من المعلومات والتواصل بين مختلف الناس.

وعلى الرغم من أن البحوث التي تثبت مثل هذه الادعاءات شحيحة؛ فمن الواضح أن ممارسة الأخبار على الإنترنت تقع في إطار خطاب قيم التفاعل "الأفقي" بدرجة عالية، وبالتالي فهي تقف على النقيض من الخطاب المحيط بالطباعة والإذاعة، حيث ترتبط نوعية الاتصال بالسلطة المهنية والحكم الصحفي الذي يقف في علاقة "عمودية" مع الجماهير.

3. **نصوص الأخبار والسياقات:** إن معظم المحتوى عبر الإنترنت يتألف من مجموعة محدودة من محتوى المطبوعات مع تغييرات طفيفة تتجاوز إعادة كتابة العناوين الرئيسية، وتخطيط وتنظيم الأخبار على الإنترنت هو أمر مميز، ويرجع ذلك إلى الاستخدام الواسع النطاق للنص التشعبي.

سادساً: توسع مفهوم المنافسة الإعلامية



تتأثر عملية التحرير في المواقع الالكترونية بعامل المنافسة الإعلامية مع الوسائل التقليدية أو النظيرة أو حتى الجديدة، إذ وسع خروج الصحف الالكترونية إلى شبكة الإنترنت من مفهوم وأبعاد المنافسة بين الصحف، فبعد أن كانت المنافسة تقتصر بالنسبة للصحيفة الورقية على الصحف الأخرى التي تصدر في نفس المدينة أو نفس الدولة وتنحصر في المنافسة على السبق الصحفي والتوزيع وعائدات الإعلان، أصبحت الصحف الالكترونية تواجه عدداً كبيراً من المنافسين وهم:[19]

1. الصحف الالكترونية الأخرى.
2. مواقع الويب الأخرى التي تقدم خدمات إخبارية ضمن خدماتها الأخرى خاصة مواقع الشركات العملاقة مثل مايكروسوفت وياهو.
3. مواقع الإذاعات والتلفزيونات المحلية والعالمية التي توفر خدمات إخبارية مسموعة ومرئية على مدار اليوم بالإضافة إلى خدماتها الأخرى.

ويمكن تحديد مجموعة من ملامح المنافسة في المواقع الصحفية الالكترونية:[20]

1. غدا التنافس أكثر تنوعاً وشراسة في سوق المعلومات الالكتروني عموماً، وسوق الأخبار والأحداث خصوصاً، فثقافة المجانية التي تسود الإنترنت قد جعلت الأخبار والأحداث سلعة يمكن الوصول إليها مجاناً، وقد تأثرت المنافسة بهذه المجانية التي فرضت نفسها على الصحف، وهذه المجانية تضع كل ناشري الأخبار على قدم المساواة ميسّرة على المستخدم الوصول الى المعلومات، ومجبرة المؤسسات الصحفية على إعادة النظر في البيئة التنافسية، وفي نفس الوقت تدفعهم الى تجديد العلاقات التي تربطهم بمجموعات المستخدمين والبحث عن دعمهم المالي.

---

[19] - نصر، حسني. عبد الرحمن، سناء. التحرير الصحفي في عصر المعلومات-الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 289.
[20] - رابح، الصادق، (2014). الصحافة الالكترونية وعصر الويب 2.0. **مجلة الباحث الإعلامي**، العدد 23، ص 40 – 41.

2. إن الفضاء التنافسي للصحافة الالكترونية يتغير باستمرار، حيث يرتبط بالعدد المتزايد لمقدمي الخدمات الإخبارية، وبالنظر إلى طبيعة تمويلهم القائم أساساً على العائدات الإعلانية، فإن المسألة الأهم في هذا الشأن لا تتعلق بمنتج المعلومات والأخبار بقدر ما تتعلق بناشرها وموزعها.
3. نظراً للطبيعة المرنة للمضامين الالكترونية، فإنه يمكن لموقع منافس لصحيفة ما أن يقوم بتوزيع محتوياتها بسهولة، وتظهر هنا مسألة مدى قانونية هذا السلوك، وقدرة كل موقع على مقاضاة مَن يستولي على محتوياته، فعولمة الويب لا تتيح سهولة التعامل القانوني مع هذه المسألة، حيث لا يبقى للمؤسسات الصحفية إلا التسليم بهذا الأمر من باب التسامح.

سابعاً: المعايير المهنية والأخلاقية في التحرير الالكتروني



على الرغم من تأثير التكنولوجيا الجديدة في أساليب تقديم أشكال ومضامين الموضوعات الإعلامية في المواقع الالكترونية، يتوقع من المحرر الالكتروني الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية الصحفية السائدة في المجتمع الصحفي، والتي على أساسها يحدد إمكانية اختيار الأخبار أو الموضوعات ومعالجتها ونشرها على شبكة الإنترنت.

ومعايير الصحافة على الإنترنت تسير قدماً في ثلاثة تطورات:[21]

1. **التطور الأول:** أهم المواقع الإخبارية التي تمارس نفوذاً شديداً على الإنترنت تديرها الوسائل الإعلامية التقليدية كالصحف واليومية والمجلات الإخبارية والشبكات التلفزيونية وقنوات البث الرئيسة للتلفزيون.

[21] - الفيصل، عبد الأمير. (2006). **الصحافة الالكترونية في الوطن العربي**. (ط.1). عمان: دار الشروقص 123-124.

2. **التطور الثاني:** هناك جهود كبيرة تبذل من قبل مؤسسات إعلامية كبيرة للتمييز ما بين الأخبار العامة والأخبار التجارية، نتيجة اقتناع الصحفيين العاملين على الإنترنت بوضع إرشادات صارمة تشمل توصيات حول طرق تطبيق وترقية العمل.
3. **التطور الثالث:** الأكثر تأثيراً في المعايير الصحفية هو التفاعل الذي يتولد عندما يعلن الصحفيون عناوين بريدهم الالكتروني على الإنترنت.

وأهم المعايير المهنية والأخلاقية التي ينبغي على المحررين الالكترونيين الالتزام بها: [22]

1. **الدقة:** قيمة لا غنى عنها في الصحافة ويجب ألا تتعرض للخطر، ويجب على الصحفيين الالكترونيين تقديم محتوى خال من الأخطاء، ويجب عليهم التأكد من أن المضمون يمثل تمثيلاً يمكن التحقق منه، ويجب أن يكون الصحفيون الالكترونيون دقيقين مع الجماهير المستهدفة، ولا بأس أحياناً من طباعة المعلومات التي لم تُؤكّد من مصادر متعددة.

ويوفر الإنترنت مجموعة كبيرة ومتنوعة من المصادر على الإنترنت والأرشيف وقواعد البيانات، وأصبحت المعلومات متاحة عالمياً في لحظة، وعلاوة على ذلك، أصبح من السهل تتبع المصادر والخبراء، وبالتالي السرعة وعولمة جمع المعلومات زادت بشكل كبير، ما أدى إلى تغيير كبير في عمل الصحفيين من حيث الكفاءة والفعالية والتكلفة.

ومع ذلك فإن هذه التطورات لا تخلو من المشاكل، فالعرض الهائل من المعلومات غير المحدودة يجبر الصحفيين على البقاء باستمرار مع أحدث المعلومات وتحديد قيمة الأخبار من الأحداث، وزادت الإنترنت من ضغط الوقت في عملية إنتاج الأخبار والمنافسة على السبق الصحفي، وبالتالي بعض القيم الإخبارية التقليدية مثل التحقق من الوقائع وحق الرد تتعرض لضغوط شديدة مع نتائج سلبية واضحة على دقة الصحافة. [23]

2. **الصدق:** يجب أن يكون الصحفيون الالكترونيون صادقين ومنصفين في جمع المعلومات والإبلاغ عنها وتفسيرها، ويجب أن يسعوا جاهدين للحفاظ على:
   - محتوى أخبار خال من المصالح الخاصة داخل أو خارج المؤسسة الإعلامية، وينبغي أن يتبنّوا قيمة الشفافية.

---

[22]- **Online Journalism**. Virtual University of Pakistan. p. 34- 36. Retrieved 7-4-2017. Available: http://vulms.vu.edu.pk/Courses/MCM517/Downloads/Online%20Journalism%20mcm517.pdf

[23] - Hermans, Liesbeth. Vergeer, Maurice. d'Haenens, Leen. (2009). Internet in the Daily Life of Journalists: Explaining the Use of the Internet by Work- Related Characteristics and Professional Opinions. **Journal of Computer- Mediated Communication** 15 (1), p. 143.

- حماية حقوق الطبع والنشر وعدم الانتحال: ينبغي أن يكون عملهم خالياً من الغش والخداع، إنه لا يشمل فقط قص ولصق المواد كلها، ولكن نسخ الصور والرسومات والفيديو وحتى مقتطفات النص الكبيرة من الآخرين ووضعها على صفحة الويب الخاصة بهم.

وإذا كنت ترغب في الإشارة إلى شيء على موقع آخر اربطه بذاك الموقع عبر الروابط، وإذا كنت قلقاً من أن الصفحة التي ستربطها ستختفي، أضف اسم المنشور الذي نشر في الصفحة وتاريخ النشر وملخص قصير عن محتواه .

و"تعتبر مصداقية الإنترنت هي مصدر قلق كبير لأن البحث عن المعلومات هو واحد من الأغراض الرئيسية لاستخدام الإنترنت، ونادراً ما يتم كشف الزيف على الإنترنت لأن هناك الكثير من المعلومات التي تنتشر على شبكة الإنترنت، وفرصة كشف المعلومات المضللة تنخفض، ووجد سوندر **Sunder** أن القصص الإخبارية من مصادر سيئة على الإنترنت تؤثر سلباً على تصورات القارئ، لذلك مصداقية المصدر سيكون أحد مكونات المصداقية، ويتم قياس مصداقية الصحف عبر الإنترنت من خلال العوامل التالية: السمعة – الخبرة- التوقيت المناسب- الاكتمال- الإنصاف- الدقة- موثوقية المصدر- عملية التحرير- عمق- الموضوعية- الثقة- التفاعل- القيم الإخبارية- عدم التحيز.[24]

ووفقا لروجيرو Ruggiero "كان الصحفيون مترددين في البداية في قبولهم الإنترنت كمصدر موثوق بها بسبب أيديولوجيتهم المهنية، ولا يمكن دائماً تتبّع مصادر الإنترنت المتنوعة للغاية، وبالتالي عند استخدام هذه المعلومات فإنه من الصعب الحفاظ على المعايير الصحفية، والصحفيون لديهم تحفظات حول مصداقية معلومات الإنترنت، كما في كثير من الأحيان أصل المعلومات المعروضة غير مؤكد ما يجعل التحقق صعباً، وبالنظر إلى أن المصداقية هي قيمة صحفية مهمة، فمن المتوقع أن الصحفيين يجب أن يكون على درجة معينة من الثقة في المعلومات التي يجدونها على شبكة الإنترنت من أجل الاستفادة منها وبالتالي مصداقية المصدر هي عامل مهم في عملية الاختيار، ومن المتوقع أن تؤثر على القرارات سواء باستخدام أو عدم استخدام معلومات الإنترنت".[25]

---

[24] - Nozato, Yoshiko. (2012).**Credibility of Online Newspapers**. Communication Technology & Policy Division- AEJMC 2002 Miami Beach Convention, p. 5- 10.

[25] - Hermans, Liesbeth. Vergeer, Maurice. d'Haenens, Leen. Mediated Communication Internet in the Daily Life of Journalists: Explaining the Use of the Internet by Work- Related Characteristics and Professional Opinions, Op. Cit. p. 143.

و"نمو الشفافية في الصحف الالكترونية يساعد القراء على تطوير ثقة أعمق لما يقرؤون، فهم ليسوا قادرين على القراءة فحسب، بل يمكنهم المشاركة أيضاً في حال أراد القارئ أن يساهم بالمعلومات حول موضوع أو تقديم شكوى، يمكنه نشر ما يريد على الفور، كما أن ثقة المستهلكين في التكنولوجيا الجديدة تقوى، إذ ستحتاج التكنولوجيا أيضاً إلى وقت لتطوير المصداقية كمصدر للأخبار" [26]

3. **التعرف على المصادر والارتباط بها:** يجب على الصحفي الالكتروني التصرف بشرف وأخلاق في التعامل مع مصادر الأخبار، ينبغي أن يحددها ويربطها بالمصادر كلما أمكن ذلك، وينبغي للجمهور أن يحصل على أكبر قدر ممكن من المعلومات من مصادر موثوقة، وينبغي دائماً أن يتساءل عن دوافع المصادر قبل الوعد بالسرية، وتوضيح الشروط المرتبطة بأي وعد يبذل مقابل الحصول على المعلومات.
4. **عدم تشويه محتوى الصور ومقاطع الفيديو:** لا تشوه محتوى الصور دون الكشف عما تم تعديله أو تغييره رقمياً، إن تحسين الصورة مقبول فقط للوضوح التقني، وتوضيحات المونتاج، والصور يجب أن تكون معيّرة، لأن أي محاولة لإرباك القراء أو تحريف الصورة البصرية محظور، مثلاً في الصور الإخبارية لا تعيد بناء الأحداث وبالمثل في تحرير الفيديو؛ لا تدرج الكلمات أو تربط التصريحات معاً والتي أُدلي بها في أوقات مختلفة للاعتقاد أنها في نفس الوقت.
5. **تمييز المعلومات الواقعية والتعليقات من الإعلانات:** ينبغي للصحفيين الالكترونيين التمييز بين المعلومات الوقائعية والتعليقات من الإعلانات وتجنب الخلط الذي يطمس الخطوط بين الاثنين.
6. **التمييز بين التأييد والتعليق والمعلومات الواقعية:** يجب أن لا يسيء عرض الحقائق أو سياق الحدث، وينبغي أن يسعى الصحفي الالكتروني إلى التمييز بين التأييد والتعليق والمعلومات الواقعية.
7. **تحديد وتصنيف واضح بين الأخبار والرأي:** ينبغي للصحفيين والمنظمات الإخبارية أن يفهموا ضرورة تعريف كلاً من الخبر والرأي في بيئة مفتوحة مثل شبكة الإنترنت، والاتساق في العرض يمكن أن يساعد القارئ على الرؤية بوضوح، حيث يرسم خطوطاً بين الأخبار والرأي، كلما طمس الصحفيون أو المنظمات أو مزجوا بين تلك الأدوار، فإنهم بحاجة إلى التعرف على المخاطر والنظر في العواقب.

---

[26]–Everett, Elizabeth. (2011). Transformation of Newspapers in the Technology Era. **The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications**, 2(2), p. 109.

8. **الخصوصية:** الإقرار بأن الأشخاص لديهم أكبر حق في التحكم في المعلومات حول أنفسهم أكثر من المسؤولين وغيرهم ممن يسعون إلى السلطة أو التأثير، ولا يمكن إلا أن تبرر الحاجة العامة المهيمنة عند خرق خصوصية أي شخص.
9. **التوازن والإنصاف والموضوعية:** يجب على الصحفيين الالكترونيين خلق التوازن من خلال تضمين جميع الجوانب ذات الصلة وعدم اتخاذ جوانب محددة فقط في التغطية الإخبارية، ففي تغطية القضايا المثيرة للجدل اسعَ بذكاء وضع وجهات نظر واضحة من الجميع، وينبغي للصحفيين محاولة فهم وجهات النظر جميعها، بدلاً من مجرد اقتباسات سريعة يتم الحصول عليها بسرعة لخلق انطباع التوازن.

كما يتطلب التحرير الالكتروني الاتصاف بالموضوعية التي تعرف بـ "التجرد من النزعات الشخصية وهو مطلب القرّاء جميعاً". [27]

ويعتبر العالم السويدي **ويسترستال Westerstal** أن الموضوعية هدفاً لوسائل الإعلام أكثر من كونها شيئاً مثالياً تحققه فيما تقدمه من تغطية إخبارية" [28]، ويعتقد البعض أن الموضوعية: "تشمل التوازن، المصداقية، الحياد، النزاهة". [29]

ويشير ليون سيغال **Leon Segal** إلى نقاط معينة لمعنى الموضوعية [30]: وهي تقديم الأنباء بحياد تام – وتقديم الأنباء الصادقة – وفصل الأنباء عن الآراء –وذكر مصادر الأنباء بوضوح – وعرض وجهات النظر المختلفة مع أهمية ذكر مصادرها.

وبرأي البعض أن الموضوعية تبقى هدفاً صعب المنال ذلك "أنه لا وجود لشيء اسمه التمثيل المحايد للواقع، ذلك أن الأحداث والعمليات والأشياء تُقدم لنا دائماً من خلال وسيط ولا يتعلق الأمر بالموضوعية من ناحية والانحياز من ناحية أخرى [31]، ومن هنا يميز باحثون "بين عدم كفاية الموضوعية لأسباب خارجة عن الإرادة وبين التحريف المتعمّد للخبر". [32]

---

[27]- راي تيل، ليونارد. تيلور، رون. (1990). **مدخل إلى الصحافة جولة في قاعة التحرير**. (حمدي عباس، مترجم). (ط.1). القاهرة: الدار الدولية. ص 161.

[28] -خضور، أديب. (2011). **مبادئ التحرير الإعلامي**. دمشق: منشورات جامعة دمشق، ص 184.

[29]- عبد العزيز، ياسر. (2013). **دليل المعايير المهنية في الكتابة الخبرية**. (ط.1). القاهرة: مركز دعم لتقنية المعلومات، ص 4.

[30] -الدبيسي، عبد الكريم. (2011). المعايير المهنية في الصحافة الالكترونية الأردنية. **المجلة العراقية للمعلومات**، بغداد، العددان 1 و2، ص 11.

[31] -فولر، روجي. (2011). وسائل الإعلام وإعادة إنتاج السلطة. (محمد خطابي، مترجم). **علامات**، العدد 24، ص76. استرجع بتاريخ 12-5-2017 من: http://saidbengrad.free.fr/al/n%2024/7-24.pdf

[32] - ربيع، عبد الجواد. (2005). **فن الخبر الصحفي**. (ط.1). القاهرة: دار الفجر، ص 34.

وبرأي البعض أن الموضوعية تبقى هدفاً صعب المنال في الوسائل الإعلامية بشكل عام والمواقع الالكترونية بشكل خاص.

10. **الأحداث وضحايا الجرائم:** يقع قرار تسمية الأفراد في مثل هذه الحالات على عاتق المحرر أو مدير التحرير أو محرر معين من قبلهم.

11. **المشتبه بهم جنائياً:** يجب على الصحفيين الالكترونيين أن يكونوا حذرين في تحديد المشتبه بهم، وضحايا الجرائم الجنسية والمشتبه بهم قبل تقديم التهم رسمياً، ويجب عدم تحديد المشتبه بهم من المجرمين مالم توجه إليهم تهمة أو القبض عليهم، في بعض الأحيان بروز المشتبه به أو أهمية القضية ستبرر استثناء لهذه القاعدة.

12. **التصويبات والتصحيحات:** يجب على الصحفيين الالكترونيين الاعتراف بالخطأ وتصحيحه فوراً وبأوضح ما يمكن، وإنشاء أنظمة لتمكين القراء من التنبيه إلى الأخطاء وتحمّل المسؤولية.

13. **مبدأ الاستقلال:** يجب على الصحفيين احترام مبدأ الاستقلال، فعليهم تجنب تضارب المصالح أو ظهور الصراعات التي يمكن أن تضع قدرتهم على الإخبار أو مصداقية تقاريرهم أو تعليقهم في خطر، ولا ينبغي لهم قبول الهدايا أو الحسنات من الأشخاص أو الكيانات التي يغطونها، ويجب عليهم رفض المعاملة المفضلة للمعلنين ومقاومة ضغوطهم للتأثير على المحتوى.

14. **اختلافات في النغمة والعرض في رواية القصص:** الاختلافات في النغمة والعرض في القص هو مناسبة للوصول إلى جماهير جديدة، وينبغي أن تكون الاختلافات متسقة مع المبادئ التحريرية الأساسية، كن واضحاً بشأن ما تقف عليه، وملخص ذلك تطبيق المبادئ التحريرية على المحتوى وجميع المنصات الأساسية.

15. **ربط القرارات:** يتطلب الربط Link اعتبارات أكثر تحديداً، بما في ذلك ملاءمة وموثوقية المواد التي قد تكون مرتبطة، ويجب أن يستند ربط القرارات على خدمة الجمهور مع صورة دقيقة وكاملة للعالم كما هو ممكن، وينبغي ألا تقيد هذه القرارات المخاوف التجارية حول إرسال العملاء إلى مواقع الآخرين، والربط هو في صميم تجربة الويب، وربط المحتوى الذي يسمح للقراء باكتشاف الكنوز غير المتوقعة والمعلومات السياقية التي لا يمكن أن تناسب بشكل مريح في الطباعة ونماذج البث.

16. **المبادئ والقيم:** وتتبلور في الاعتبارات التالية:

- رابط إلى موقع خارجي لا يعني تأييداً لهذا الموقع أو وجهة نظره، إنها مجرد إشارة إلى القارئ أنه قد يكون هناك محتوى مفيد على الموقع الوجهة.
- يجب على مواقع الوسائط أن توضح للقراء أن هناك فرقاً في المعايير بين المحتوى الذي يوجد على أساسه الموقع الخاص والمحتوى الذي يرتبطون به.
- بسبب الطبيعة العنكبوتية مثل الإنترنت، لا يمكن أن يتوقع من مواقع وسائل الإعلام تطبيق المعايير بمرونة في محتوى المواقع المرتبطة بها.
- عندما يضع القراء روابطهم الخاصة بالمحتوى في لوحات الرسائل أو نشر المدونات وما إلى ذلك، يجب أن تخضع لنفس الضوابط.
- يجب على جميع مواقع وسائل الإعلام أن ترتبط بمواقع خارجية، إذ يعد الربط خارج الموقع امتداداً لمستخدم موقعك ويجسد الشعور بالانفتاح الذي يفضي إلى تكرار الزيارات، فمحاولة الاحتفاظ على القراء ضمن موقعك فقط هو رهان خاسر.
- عند الربط، المواقع غير مجبرة على تضمين روابط تدعم جميع جوانب الموضوع، في حين يجب أن تلتزم المقالات الإخبارية ذاتها بالمعايير التقليدية للإنصاف والدقة وضمان التوازن في الروابط.

17. متى تقرر منع المستخدم من النشر على موقعك؟

هذا السؤال يثير توتراً أساسياً للصحفيين العاملين في وسائل الإعلام الرقمية، ويجب على المؤسسات الإخبارية إنشاء شروط خدمة لمساهمة المستخدمين في المحتوى الرقمي، وتغطي هذه المصطلحات مسائل مثل استخدام الكلمات المشينة والتهجم الشخصي وما إلى ذلك من المواد التي ينشرها غير الكادر.

الخلاصة

تتناول هذه الوحدة العوامل المؤثرة في التحرير الالكتروني والتي تتبلور في اختيارات المحررين الالكترونيين للأحداث والموضوعات ونشرها في المواقع الالكترونية، وتبدأ الوحدة بشرح عامل حراسة البوابة الإعلامية.

إذ يتأثر حراس البوابة الالكترونيين الذي يعدّون قوة مباشرة في عملية اتخاذ القرار النهائي للنشر بدورهم بمجموعة من العوامل في أثناء أدائهم عملهم، منها ما يتعلق بطبيعة العمل في المواقع الالكترونية، ومنها مشابهة لنظرائهم في الوسائل الإعلامية الأخرى.

ويواجه حراس البوابة معوقات في أثناء عملية التحرير والنشر مصنفة وفق ثلاث فئات، منها عامل تأثير التطورات التكنولوجية على طبيعة الأداء المهني للمحررين الالكترونيين والمرتبطة بجداول العمل النهائية المستمرة، بالإضافة إلى عامل المنافسة الإعلامية مع الوسائل التقليدية أو النظيرة أو حتى الجديدة وتوضيح ملامح هذه المنافسة في المواقع الالكترونية.

ونختتم الوحدة بالتطرق إلى عامل المعايير المهنية والأخلاقية في بيئة الإنترنت.

المراجع

1. عبد البارى، وائل. مصداقية المواقع الإخبارية على الإنترنت وعلاقتها بمستقبل الصحافة المطبوعة كما يراها الجمهور المصري. استرجع بتاريخ 2017/5/12 من:
site.iugaza.edu.ps/jdalou/files/2012/03/مصداقية-المواقع-الإخبارية-على-الإنترنت.pdf.

2. خضور، أديب. (2003). أزمة إعلام أم أزمة أنظمة. (ط.1). دمشق: مكتبة السلسلة الإعلامية.
3. ماكفيل، توماس. (2012). الإعلام العالمي. (عبد الحكم أحمد الخزامي، مترجم). (ط.1). القاهرة: دار الفجر.
4. تلاحمة، ثائر. (2012). حراسة البوابة الاعلامية والتفاعلية في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت. رسالة ماجستير. جامعة الشرق الأوسط. الأردن. نقلاً عن بخيت، السيد. (2004). الإنترنت وسيلة اتصال جديدة. الإمارات: دار الكتاب الجامعي.
5. الشعراوي، أحمد. تأثير منافسة وسائل الإعلام الالكترونية في فن التحرير الصحفي: دراسة مسحية على عينة من الصحف المصرية والسورية.
6. اللبان، شريف. الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد.
7. نصر، حسني. عبد الرحمن، سناء. التحرير الصحفي في عصر المعلومات-الخبر الصحفي.
8. رابح، الصادق، (2014). الصحافة الالكترونية وعصر الويب 2.0. مجلة الباحث الإعلامي، العدد 23.
9. الفيصل، عبد الأمير. (2006). الصحافة الالكترونية في الوطن العربي. (ط.1). عمان: دار الشروق.
10. راي تيل، ليونارد. تيلور، رون. (1990). مدخل إلى الصحافة جولة في قاعة التحرير. (حمدي عباس، مترجم). (ط.1). القاهرة: الدار الدولية.
11. خضور، أديب. (2011). مبادئ التحرير الإعلامي. دمشق: منشورات جامعة دمشق.
12. عبد العزيز، ياسر. (2013). دليل المعايير المهنية في الكتابة الخبرية. (ط.1). القاهرة: مركز دعم لتقنية المعلومات.

13. الدبيسي، عبد الكريم. (2011). المعايير المهنية في الصحافة الالكترونية الأردنية. المجلة العراقية للمعلومات، بغداد، العددان 1 و2.

14. فولر، روجي. (2011). وسائل الإعلام وإعادة إنتاج السلطة. (محمد خطابي، مترجم). علامات، عدد24، استرجع بتاريخ 12-5-2017 من:
http://saidbengrad.free.fr/al/n%2024/7-24.pdf

15. ربيع، عبد الجواد. (2005). فن الخبر الصحفي. (ط.1). القاهرة: دار الفجر.

16. Pavelka, Jiří. (2014). The Factors Affecting the Presentation of Events and the Media Coverage of Topics in the Mass Media. Procedia – Social and Behavioral Sciences.

17. Clark, Matthew. (2015). Gatekeeping Social Media in Toddy's Newsrooms. Master Thesis. Gonzaga University. USA>

18. Soroka, Stuart. (April. 2012). The Gatekeeping Function Distributions of Information in Media and the Real World. The Journal of Politics>

Smith, Jessica. (2005). Content Differences between Print and Online Newspapers. Master Thesis. University of South Florida. USA.

19. Shabir, Ghulam. Safdar, Ghulam. Imran, Muhammad. Mumtaz, Asad. Anjum, Ashraf Ali. (2015). Process of Gate Keeping in Media: From Old Trend to New. Mediterranean Journal of Social Sciences

20. Domingo, David. Quandt, Thorsten. Heinonen, Ari. Paulussen, Steve. Singer, Jane. Vujnovic, Marina. (2008). Participatory Journalism Practices In the Media and Beyond an International Comparative Study of Initiatives in Online Newspapers. Journalism Practice.

21. Swartz, Brecken. (2006). Strategies in International Broadcasting: A Grounded Analysis of Communication Values across Cultures .**Doctoral** Thesis. University of Maryland. USA

22. Media Ownership and Its Influence on Editorial Policy (A Case Study of Announcer News Paper Owerri), P.22. Retrieved 10-6-2017. Available: http://freeplace.org/materials/mass-communication/Media%20Ownership%20And%20Its%20Influence%20On%20Editorial%20Policy%20(A%20Case%20Study%20Of%20Announcer%20News%20Paper%20Owerri).doc

23. Kovačič, Melita, Erjavec, Karmen. Štular, Katarina. (2010). Credibility of Traditional vs. Online News Media: A Historical Change in Journalists' Perceptions? **Croatian Journal for Journalism and the Media**

24. Witschge, Tamara. Nygren, Gunnar. (2009). Journalism: A Profession under Pressure? **Journal of Media Business Studies**

25. S, Allan. D, Matheson. (2004). Online Journalism in the Information Age. **Savoir, Travail & Société**

26. **Online Journalism**. Virtual University of Pakistan. p. 34- 36. Retrieved 7-4-2017. Available: http://vulms.vu.edu.pk/Courses/MCM517/Downloads/Online%20Journalism%20mcm517.pdf

27. Hermans, Liesbeth. Vergeer, Maurice. d'Haenens, Leen. (2009). Internet in the Daily Life of Journalists: Explaining the Use of the Internet by Work- Related Characteristics and Professional Opinions. **Journal of Computer-Mediated Communication**

28. Nozato, Yoshiko. (2012). **Credibility of Online Newspapers**. Communication Technology & Policy Division- AEJMC 2002 Miami Beach Convention

29. Everett, Elizabeth. (2011). Transformation of Newspapers in the Technology Era. **<u>The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications</u>**

التمارين

أجب عن الأسئلة التالية:

1. اذكر العوامل المؤثرة في عمل حراس البوابة الالكترونيين؟
2. اشرح المعوقات المؤثرة في عملية التحرير الالكتروني؟
3. ما ملامح المنافسة في المواقع الصحفية الالكترونية؟
4. تحدث عن معيار الصدق في التحرير الالكتروني؟
5. كيف تتبلورالمبادئ والقيم كمعيار مهني في التحرير الالكتروني؟

ضع إشارة (صح√ أو خطأ) أمام العبارات الآتية:

1. منصات وسائل الإعلام الرقمية لديها عدد أكثر من المرشحات والبوابات على الإنترنت. **X**
2. يقصد باتجاه المرآة محتوى وسائل الإعلام يعكس تصويراً دقيقاً أساسياً من الواقع الاجتماعي مع تأثير ضئيل من الصحفيّ. √
3. لاحظ أورسيل أن العديد من النقاد ربطوا إدخال تكنولوجيات جديدة في غرف الأخبار مع وضع معايير صحافية متدنية. √
4. ليس من الضرورة أن تنشئ المؤسسات الإخبارية شروط خدمة لمساهمة المستخدمين في المحتوى الرقمي. **X**

ضع خطاً تحت الإجابة الصحيحة:

1. دور الصحفي (<u>الالكتروني</u>/ **التقليدي**) يؤكد على شمولية وجهات النظر أكثر بكثير مما هو عليه في الصحافة (<u>التقليدية</u>/ **الالكترونية**).
2. خروج الصحف الالكترونية إلى شبكة الإنترنت (<u>وسّع</u>/ **قلل**) من مفهوم المنافسة وأبعادها بين الصحف.

الوحدة التعليمية الثالثة

أدوات التّحرير الإلكتروني

الفصل الثالث: العوامل المؤثّرة في التّحرير الالكتروني

- مقدّمة
- تحرير الصحيفة الإلكترونية
- مفهوم أدوات التحرير الإلكتروني
- أدوات التحرير الإلكتروني في بنية الموقع الإلكتروني
- أدوات المحرر الإلكتروني
- وسائل الإعلام الاجتماعي أدوات فعّالة في التحرير الإلكتروني
- أبرز مواقع الشبكات الاجتماعية كأدوات للمحررين الإلكترونيين

الأهداف التعليمية:

بعد دراسة هذه الوحدة التعليمية يجب على الطالب أن يكون قادراً على أن:

1. معرفة مفهوم تحرير الصحيفة الإلكترونية
2. يعرف أدوات التحرير الإلكتروني
3. يعرف كيفية توظيف أدوات التحرير الإلكتروني في الموقع الإلكتروني
4. يتعلم استخدام أدوات المحرر الإلكتروني
5. يلم بدور وسائل الإعلام الاجتماعي بوصفها أدوات فعّالة في التحرير الإلكتروني
6. يعدد أبرز مواقع الشبكات الاجتماعية ودورها كأدوات للمحررين الإلكترونيي

أولاً: مقدّمة



لم تسهم تكنولوجيا الاتصال والحواسيب في المجال الصحفي بإنتاج نوع مستقل من الصحافة تحت مسمى الصحافة الإلكترونية، بل فرضت ولا تزال على الصحفيين العاملين فيها متطلبات عمل وأدوات جديدة تخدم القراء عبر شبكة الإنترنت من حيث جمع المعلومات ومعالجتها وتحريرها وتوزيعها.

وقد استُثمرت أدوات الوسائط الرقمية لصالح الصحفيين في عملية التحرير الصحفي الإلكتروني من خلال "تعزيز قدرات الصحفيين على استرداد المعلومات، وتحديد المصادر الصحفية وبناء العلاقات مع الجماهير الجديدة والقديمة". (1)

كما أصبحت المهارات الرقمية بسرعة واحدة من المهارات الأساسية على الصحفيين الإلكترونيين تعلّمها إذ "يتعين على الصحفيين أن يكونوا مستعدين وقادرين على استيعاب كل تغيير ، فهم بحاجة إلى تبني التكنولوجيا الجديدة، ويحتاجون إلى بعض الوقت لمعرفة ما يفعلونه، وما هي قدراتهم وكيف يمكن أن تساعدهم التكنولوجيا، فقد لا يستخدمون كل ما تقدمه التكنولوجيا، ولكن على الأقل يعرفون ما إذا كانت هناك حاجة، ويجب أن يكونوا منفتحين حول التكنولوجيا، وينبغي ألا يخافوا أبداً من تجربة أدوات جديدة ومعرفة أيّ منها تعمل بشكل أفضل". (2)

واستخدام أدوات التحرير الجديدة لا يعني إغفال أدوات العمل الصحفي التقليدي "فعلى الصحفيين تعلم مهارات الصحافة التقليدية وأن يكونوا أيضاً على دراية بجوانب التكنولوجيا من أجل عبور المنصات بكل سهولة". (3)

---

(1)- Chan, Ying. (2014). **Digital Journalism: Making News, Breag News- Journalism and Digital Times: Between Wider Reach and Sloppy Reporting**. (1st .ed).New York: Open Society Foundatons. p.107.

(2)- Spilsbury,Mark.(2014).**An Independent Research Report Commissioned. the National Council for the Training of Journalists.** Retrieved 2-5-2017. Available:**www.nctj.com/.../NCTJ%20Emerging%20Skills%20FINAL.pdf**

(3)-Fahmy, Shahira. (2008). How Online Journalists Rank Importance of News Skills.**Newspaper Research Journal**, 29(2), p.34.

ويستخدم الصحفيون أدوات التحرير الإلكترونية من أجل "أداء المهام التي كان يتم القيام بها بشكل يدوي سابقاً ما يؤدي إلى توفير في وقت المعالجة، وزيادة الدقة والكفاءة في بناء المواد الصحفية، وأخيراً توفير التكلفة". (1)



ثانياً: تحرير الصحيفة الإلكترونية



أوّل شيء يجب أن تقدّمه الصحيفة الإلكترونية أو الموقع الإلكتروني الصّحفي هو الاتساق مع مزيج غني ومتنوع من المحتوى يسّهل على الجمهور المستخدم الوصول إليه، وينبغي أن تكون كل صفحة قادرة على الوقوف وحدها بشكل تحريري مع هويّة واضحة عبر اتباع الإرشادات الآتية: (2)

1. يجب تحتوي كل صفحة على هوية موقعك، وعادة ما يكون شعاراً متسقا أو عنواناً.
2. صرّح عمن أنشأ المحتوى على الموقع.
3. أَشر إلى تاريخ إنشاء الموقع.
4. قَدّم عنواناً إعلامياً للمحتوى.
5. حدّد مكان تواجد المستخدم في الموقع.
6. وفّر رابط إلى الصفحة الرئيسة.
7. وفر رابط إلى فهرس أو خريطة الموقع.
8. وفّر أداة البحث.
9. وفّر وسيلة للمستخدمين العودة إلى الصفحات السابقة.
10. اربط لمكان آخر على الموقع يمكن الذهاب إليه.
11. اربط محتوى ويب في أي مكان له صلة بالصفحة.

---

(1)- **Editing Tools That Help to Streamline the Publishing Process**. Retrieved 1-5-2017. Available: http://www.councilscienceeditors.org/wp-conten t/uploads/v27n5p155.pdf
(2) -Ward, Mike. **Online Journalism**,Op.Cit .p. 193 -194.

وهذه الأدوات السابقة توفر وسائل مساعدة للزائر أو المتصفح للملاحة Navigation• داخل الموقع، ويتم ذلك بطرق عديدة منها:[1]

1. الصفحة الرئيسية Home Page للموقع وفيها الأيقونات الرئيسية، وتعد وسيلة إدارة الموقع، ويطلق عليها خارطة الموقع إذ توجّه الزائر أو المتصفح وتعطيه نظرة عامة لبنية الموقع ومحتواه وتوفر له الوصول للمحتويات بالنقر عليها سواء كانت في شكل نصوص أو رسومات.
2. وجود الأيقونات الجانبية على يمين الصفحة الرئيسية ويسارها وكذلك الأيقونات الموجودة أحياناً في أسفل الصفحة.
3. تساعد أدوات الملاحة في الموقع المتصفح على الهبوط إلى أسفل الصفحة أو العكس أو الملاحة في أجزاء الصفحة المختلفة ما يساعد على الوصول إلى المعلومات المطلوبة، هذا فضلاً عن وجود تعليمات استخدام الموقع.
4. ومن أدوات سهولة التصفح في المواقع الالكترونية وجود قوائم الموضوعات المختلفة والتي يتم الدخول إليها بواسطة النقر عليها والانتقال من صفحة إلى أخرى في أقل وقت وبسهولة.

وقد تظهر بعض الأخطاء الشائعة في أثناء تحرير الصفحات الإلكترونية مثل: [2]



Navigation•: إن البعد المتعلق بالإبحار في تصميم الويب ينبع من الإبحار عبر النص الفائق والذي يعد جوهر الويب،والإبحار يكون أكثر رسوخاً في الذاكرة، ويؤدي إلى تأثير عاطفي أكثر من الرؤية.

[1]- العيسى، جاسم. (2008).حدود تطبيقات تكنولوجيا الاتصال في الصحافة العراقية مع دراسة لاستخدام الوسائط المتعددة في الصحافة الالكترونية العراقية.**رسالة ماجستير غير منشورة**. جامعة بغداد. ص 38.

[2] - Ward, Mike. Online Journalism,Op.Cit. p.194.

1. نسيان بعض العناصر الرئيسية وعدم تطبيقها باستمرار.
2. عدم عرض العناصر بوضوح (مثل وضع أيقونة البحث في أسفل الصفحة، وبالتالي عادة ما تكون خارج الشاشة ما لم ينزل بها المستخدم).
3. السماح لهذه الميزات بإدارة الصفحة، والضغط على المحتوى.
4. وضع علامات غامضة على فئات المحتوى.
5. وضع تسميات على فئات المحتوى التي تتطلب معرفة المستخدم بها.
6. استخدام مجازات غير مناسبة.

ثالثاً: مفهوم أدوات التحرير الإلكتروني

يحتاج الصحفي الإلكتروني إلى العديد من الأدوات لإعداد مواده الإعلامية وينطلق مفهوم أدوات التحرير الإلكتروني من الأساسيات الآتية: [1]

1. **الفضاء:** أصبح الصحفي يستخدم الفضاء حينما يكتب في الإنترنت ويكون الفضاء الإلكتروني مدخلاً لمفهوم الفضاء الافتراضي Virtual Space.
2. **المشاهدة:** تتيح طرق عديدة لرؤية النص منها إمكانية تصغيره أو تكبيره أو فتح نوافذ داخل النص، كما يتم أحياناً عرض قائمة بعناوين نقاط الالتقاء في النص بطريقة فهرس الكتاب ليقوم القارئ باختيار الجزء الذي يرغب في قراءته.
3. **الألوان:** يمكن للمحرر استخدام الألوان لخلق ترابط بين أجزاء النص باللون نفسه كما تتيح له فرصة استخدام الرسوم الملونة للتعبير عن أفكاره.
4. **الصوت:** يتاح للمحرر استخدام الصوت كجزء من النص، فالنص المكتوب لم يعد مرئياً فقط بل مسموعاً أيضاً سواء بإضافة فقرة من خطاب رسمي أو موسيقا أو أصوات مدمجة، ما يعني أن الإشارات غير اللفظية كالتنغيم والضغط على مقاطع الكلمات أصبحت جزءاً من النص المكتوب ما يعطي بعداً جديداً للنص المكتوب.

[1]- الفيصل، عبد الأمير.الصحافة الالكترونية في الوطن العربي،مرجع سابق، ص 147 – 148.

5. **الأيقونات:** يلجأ المحرر في الكتابة الإلكترونية إلى استخدام الأيقونات كرموز تدل على ما خلفها من مضمون مما خلق ثقافة من الرموز المتعارف على معانيها والتي يسهل تمييزها عن بعض، لذا يجب الحرص على أن تكون هذه الأيقونات مفهومة بمختلف اللغات.
6. **قيم النص:** لقد ظهرت إمكانات جديدة للتعبير وقواعد جديدة للكتابة بدخول تكنولوجيا الكتابة والقراءة الالكترونية، لذا ظهرت أهمية معرفة كيف يتعامل ويتجاوب القارئ مع النص، ونظراً لحداثة الكتابة الإلكترونية فقد يجد البعض صعوبة في كيفية الوصول إلى أجزاء النص التي تهمهم أو الخروج منها.

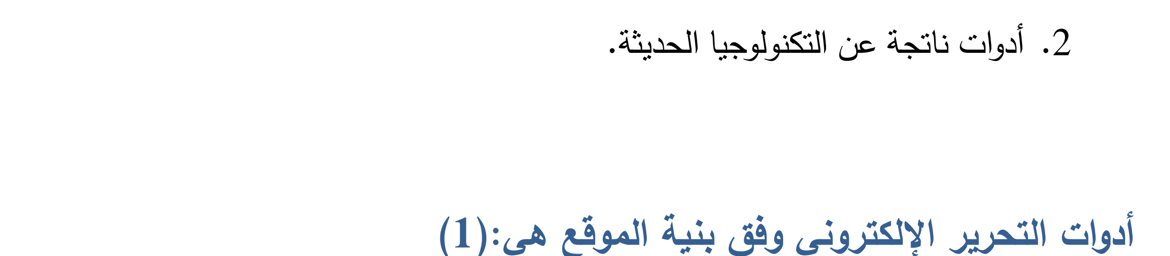
رابعاً: أدوات التحرير الإلكتروني

إن السمة الأساسية المميزة للتحرير الالكتروني عن التحرير المطبوع والإذاعي أو التلفزيوني هي التفاعل مع الجمهور المستخدم، وهذه التفاعلية تتطلب أدوات تقنية مساعدة للصحفيين الإلكترونيين، ويمكن تقسيم هذه الأدوات إلى:

1. أدوات وفق بنية الموقع.



2. أدوات ناتجة عن التكنولوجيا الحديثة.



أدوات التحرير الإلكتروني وفق بنية الموقع هي:(1)

الروابط والإحالات:

(1)- علي كنعان، مرجع سابق، ص 79 – 84.

إن التواصل المعلوماتي في الصحافة الإلكترونية لا يكلّف سوى الضغط على الرابط ذات الصلة للتعرف على المصادر أو المزيد من الموضوعات التي تشكل إضافة معلوماتية على المادة المنشورة، وتأخذ هذه الروابط أكثر من صورة:

1. روابط ذات صلة خارج الموضوع: تكون في نهاية الموضوع على شكل اقرأ أيضاً، ومن مميزات هذه الطريقة أنها تترك القارئ مسترسلاً في قراءته ومتابعته للموضوع وبعد أن يفرغ من القراءة يمكنه أن يستزيد من المعلومات، ويتعرف على موضوعات قد تكون مصدراً للمعلومات المذكورة أو امتداداً لها، ومن العيوب النسبية التي تؤخذ على هذا الأسلوب عدم الربط المباشر بين الموضوع المحال إليه والفقرة ذات الصلة داخل المقال أو الموضوع المقروء.
2. روابط ذات صلة داخل السياق: يتم وضع الموضوعات داخل سياق الموضوع وعند الفقرة التي ترتبط دلالتها بالموضوع المحال إليها، ومن العيوب التي تؤخذ على هذه الطريقة أنها تقوم بتشتيت القارئ عن الاسترسال في قراءة موضوعه كاملاً، ليجد نفسه في كل فقرة محالاً إلى موضوع آخر، وهذا ما يجعل القارئ ينصرف في الغالب عن الاسترسال في قراءة الموضوع.
3. روابط بمواقع ذات صلة: تناسب هذه الطريقة في الإحالة إلى مواقع الإنترنت التي تعد مصادر للمقال أو الموضوع المقروء، وتفيد عندما يتم الإحالة إلى مواقع متخصصة عن المجال الذي ينتمي إليه المقال المقروء، وهي تضيف مزيداً من المعلومات في ذات المجال أو التخصص الذي ينتمي إليه الموضوع المنشور.

إمكانية استخدام الصوت والصورة:



تأخذ عملية دمج الصوت والصورة مع النص المقروء عدداً من الأشكال منها:

1. طريقة الروابط الجانبية أو التحتية: تتميز بأنها تترك القارئ مسترسلاً في قراءته للنص، وتترك له حرية التعامل مع الصوت والصورة في الوقت المناسب أو الاكتفاء في أغلب الأحوال لتحقيق الهدف في الموضوع.

2. الصوت المتلاحم مع النص: يتحقق من خلال النقر على الصوت في سياق النص المقروء، وتتميز بتلاحم النص مع الصوت أو الصورة المتحركة، وهذه الطريقة الأنسب في تغطية الندوات والمؤتمرات، حيث يتم نقل الكلام عن المتحدثين في الندوة أو المؤتمر وسرد أهم القضايا التي تناولها كل واحد منهم.
3. الصوت في خلفية النص: يتم وضع الصوت مع النص بمجرد فتح الصفحة، ويفضل استعمال الصوت في هذه الطريقة في حالات محددة مثل وقوع انفجار في منطقة ما، ويفضل أن يكون هناك مؤشر على الصفحة أسفل الصوت، بما يتيح للقارئ إغلاق الصوت إذا رغب في ذلك.

الإحالة إلى ساحات الحوار:

ينطلق ذلك من كون القارئ في الصحافة الإلكترونية تتاح له إمكانية التعبير عن رأيه بصورة سريعة، وعلى الناشر الإلكتروني تفعيل الموضوع وربطه بساحات الحوار ذات الصلة الموجودة في الموقع.



الأرشفة واستدعاء المعلومات:

1. أرشفة المادة من خلال الملفات الخاصة: تتم هذه الطريقة من خلال إنشاء ملفات خاصة أو صفحات خاصة حول قضية محورية ومهمة، يتم إضافة كل الموضوعات ذات الصلة التي يتم نشرها يومياً في موقع الصحيفة الإلكترونية، والإشارة إليها من خلال بانر (إعلان) يوضع على الصفحة الرئيسية أو الصفحات الداخلية.
2. أرشفة أبواب وصفحات الصحيفة الإلكترونية بحسب التخصصات المختلفة: يتضمن أرشيف الصحيفة الالكترونية الموضوعات التي يتم بثها ونشرها على الباب الخاص بها، ويتم عرض هذا الأرشيف إما بصورة جانبية أو أسفل الصفحة، وتقوم بعض المواقع بوضع عدد للموضوعات في الأرشيف بحيث لا تزيد عن عدد معين.

ويكون البحث بطريقتين هما البحث المبدئي والبحث المتقدم حيث إن الأخير يكون بعدة طرق منها حقل العنوان أو النص، وحقل نوع المادة، وحقل تصنيف الموضوع، وحقل الأبواب والصفحات المتخصصة، وحقل الكاتب، وحقل التاريخ، وحقل النطاق الجغرافي.

قياس سريع لرجع الصدى:

يكون ذلك من خلال:

1. سجلات الزائرين: عبارة عن أيقونة يمكن خلالها لأي زائر التعبير عن رأيه بصورة عامة في الموقع، ويظهر هذا الرأي على صفحات الموقع مباشرة، وتحرص الصحف الإلكترونية على تخصيص محرر يقوم بمتابعة سجل الزائرين والرد على الزوار والتجارب مع انتقاداتهم وتصحيح الأخطاء إذا كانت موجودة.



2. الويب ماستر: عبارة عن بريد رئيس يمكن كل زائر أن يكتب رسالته ويختلف عن سجل الزائرين في أن رسائل الويب ماستر لا تظهر على الموقع ولكن يتم توزيعها فقط على فريق العمل.



3. استطلاعات الرأي: تفتح آفاق جديدة أمام فريق العمل من المحررين، وذلك بغرض التعرف على زوايا الموضوع وطريقة



المعالجة والانطباعات السابقة المتكونة لدى الجمهورحول قضية ما ينقل ردود فعل أكبر عدد ممكن من الزوار حولها.

إعادة إنتاج المادة:



يعد المحررون في الصحيفة الإلكترونية موضوعات إعلامية توضع بعد إعدادها مباشرة على الموقع الإلكتروني، إلا أنه قد تتلاحق أحداث تستدعي تغطيتها من جميع الجوانب وبسرعة ويظهر في هذا السياق دور قسم الأرشيف الذي يتولى تجميع الموضوعات التي سبق نشرها على الموقع بخصوص ذلك الحدث.

إمكانية التعديل والتصحيح:

يكون ذلك في عدة مواضيع منها:

1. تطور الحدث: في حالة تطور الحدث أو تغير الأرقام الواردة فيه فإنه يتم التعديل في الخبر بما يتفق مع المعلومات الجديدة.
2. تعديل الأخطاء: يتم التعرف على الأخطاء من خلال المحرر أو إدارة التحرير أو الزوار الذي يرسلون رسالة بريدية عاجلة للإرشاد عن بعض الأخطاء، ويراعى في عملية التصويب والتصحيح أن يتم التعديل وفقا للإجراءات المعتادة والمراحل نفسها بالاتفاق مع المحرر والمدقق اللغوي.

تنوع أشكال العرض:



توجد أشكال عدة لعرض المادة الإعلامية مثل:

1. بوب أب: يمثل نافذة تأخذ أحجاماً متعددة إلا أنه يكون أصغر من صفحة الويب، وتظهر هذه النافذة على موقع الصحيفة الإلكترونية أو على أحد صفحاتها مباشرة.

2. بوب أب قابل للنقر: ينقل هذا النوع إلى ملف أو صفحة على علاقة بموقع البوب أب، وتتضح مهمته في جذب الزائر إلى ملف أو صفحة أو إحالته إلى صفحة أو ملف داخل موقع الصحيفة الإلكترونية أو موقع آخر.

أدوات التحرير الإلكتروني التي نتجت عن التكنولوجيا الحديثة:

استفاد المحررون الإلكترونيون من التطورات التكنولوجية التي أفرزت أدوات جديدة تساهم في جمع موادهم الإعلامية وتحريرها وإيصالها إلى الجمهور وأهم هذه الأدوات: [1]

1. **مسجلات الصوت الرقمي Digital Audio Recorders**: من السهل إنجاز المقابلات والأخبار والملاحظات والتحرير في غضون دقائق، ويمكن للصحفيين تحميل الملفات من سجل رقمي إلى جهاز كمبيوتر ونشر الصوت على شبكة الإنترنت.
2. **الكاميرات الرقمية Digital Cameras**: فتح هذا الجهاز الباب أمام الصحفيين الذين ركزوا على التصوير الصحفي، وتحرر الصحفي من معالجة الصور في الغرف المظلمة، وسُمح للصور بالوصول إلى غرفة الأخبار في غضون دقائق بدلاً من ساعات.
3. **بودكاست Podcast**: ملف يسمح بتحميل واستهلاك المواد الصوتية في أي وقت، ويعرض البودكاست المحسن الصور بالتزامن مع الصوت، بالإضافة إلى فيديو بودكاست المعروف أيضاً باسم فودكاست vodcast ويشمل مقاطع الفيديو.
4. **برامج الرسم/ فوتوشوب Photoshops**: أداة رسم وبدأ مع ظهور البرمجيات مثل أدوبي فوتوشوب وأدوات الرسم الأخرى.
5. **أجهزة الكمبيوتر المحمولة ونوت باد Laptops, Notepads**: هذه الحواسيب المحمولة الخفيفة تسمح للصحفيين بإمكانية الوصول إلى كل ما يحتاجونه عبر الإنترنت.

[1]- **15 Interesting Ways Technology Has Changed Journalism**. (2017). Top Journalism Schools. Retrieved 2 – 5 – 2017. Available:http://www.topjournalismschools.org/15-interesting-ways-technology-has-changed-journalism/

6. **تطبيقات الجوال Mobile Apps**: القدرة على استخدام تطبيقات الجوال للهواتف الذكية قد تحسنت بشكل كبير، تطبيقات لتحرير النص، وتحرير الأفلام، وتحميل الصور الفوتوغرافية.
7. **الهواتف الذكية Smartphones**: هذه الأداة تحتوي على منبه الساعة والبريد الإلكتروني والرسائل النصية والوصول إلى الإنترنت وكاميرات الفيديو والكاميرات ونظام تحديد المواقع، إنه مكتب في الجيب، الهواتف الذكية لا تقدر بثمن لالتقاط قصص سريعة والتفاصيل.
8. **شبكات الهاتف الخلوي Cellular Telephone Networks**: تماشياً مع التكنولوجيا اللاسلكية، شبكات الهاتف الخلوي تحمل بشكل روتيني البيانات بالإضافة إلى المحادثات الهاتفية.
9. **البريد الإلكتروني Email•**: يوفر القدرة على الاتصال بالخبراء وغيرها من المصادر بسرعة، ويمكن للصحفيين الذين يعملون في موقع الآن الوصول بسهولة إلى الخبراء في أجزاء أخرى من البلاد أو حتى في الخارج لجمع المعلومات والتحقق من الحقائق، والمشكلة الوحيدة هي أن العديد من الأفراد لا يتفقدون بريدهم يومياً والبعض يتردد في الاستجابة بسبب التكلفة.
10. **الإنترنت اللاسلكي Wireless Internet**: معظم المعدات الرقمية لن تكون أداة ثورية للصحفيين إذا لم تكن لاسلكية، أو واي فاي، ويسمح الإنترنت اللاسلكي للصحفيين بالإبلاغ من الميدان وتقديم القصص دون الاضطرار إلى العودة فعلياً إلى غرفة الأخبار.
11. **المصادر الجماعية Crowdsourcing**: أداة قيمة للغاية التي يمكن أن تمد عيون مراسل وآذانه في المجتمع، وهي أدوات لمعرفة المزيد دون توسيع التغطية.
12. **أرشيفات الصحف على الإنترنت Online Newspaper Archives**: تسمح للصحفيين بالعثور على القصص السابقة التي يمكن أن تدعم أو تتعارض مع قصصهم الحالية.

ويستفيد المحرر الإلكتروني من مجموعة من الأدوات التقنية والمواقع الإلكترونية في عملية التحرير الإلكتروني أبرزها:[1]

•**البريد الإلكتروني**: نظام لإرسال رسائل أو ملفات إلى حسابات مستخدمي الكمبيوتر الآخرين. قد يكون المرسل والمتلقي على نفس الكمبيوتر أو جهاز كمبيوتر مختلف، البريد الإلكتروني يعمل كثيراً مثل البريد العادي، كل مستخدم على شبكة العمل لديه علبة بريد خاصة.بمجرد استلامها يتم الاحتفاظ بالبريد الخاص بك حتى تقرر التخلص منها، ومثل البريد العادي، يجب أن تعرف عنوان المستخدم لإرسال الرسائل.

[1]- تمت الاستعانة بالمراجع الآتية:

1. **محركات الأقراص وبطاقات الذاكرة:** المشهد الرقمي اليوم يعتمد على الأجهزة الصغيرة مع كميات هائلة من التخزين، ويمكن إجراء نسخ احتياطي لجميع المستندات على محرك أقراص فلاش في كل مرة يتم تسجيل الخروج من جهاز الكمبيوتر، فهي أدوات سريعة وسهلة.



1- حسن عادل: **أهم 30 أداة و موقع و تطبيق للصحفيين الإلكترونيين والمهتمين بالكتابة على الإنترنت**.2014، استرجع بتاريخ 3 -5 -2017 من: https://www.sasapost.com/30-tools-and-apps-for-journalists/

2- Mark Briggs: **Journalism 2.0 How to Survive and Thrive A Digital Literacy Guide for the Information Age.** initiative of J-Lab: The Institute for Interactive Journalism and Knight Citizen News Network. 2007, p. 35 – 39.



2. **الهاتف المحمول:** الاتصال اللاسلكي للهواتف المحمولة والهواتف الذكية وأجهزة بلاكبيري BlackBerries وغيرها من الأجهزة للاتصال بالإنترنت والاتصال عبر شبكة عالية السرعة.



3. **مشغل الوسائط المحمول** iPod •: يستطيع الجهاز تضمين أي من مشغلات MP3 مع الفيديو.



4. **محركات البحث•:** ويعرّف محرك البحث بأنه: بحث بقواعد البيانات، ويجمع ويعرض المعلومات التي تحتوي على المصطلحات المحددة أو ذات الصلة". كما يعرف محرك البحث "أي موقع على شبكة الإنترنت أو برنامج حاسب آلي يتيح البحث عن نوعيات بعينها من البيانات أو المعلومات". [1]

•**iPod**:خط من منتجات أجهزة الوسائط المتعددة أنشأتها وسوقتها شركة آبل.

• أشهر محركات البحث العالمية: **Yahoo –Google -lycosHotbot - - Compuserve – AOL LLC - Altavista** والمحركات العربية **MURSHID-ARBIT -AYNA**

[1]- العليان، ربحي.السامرائي، إيمان. (2010). **النشر الإلكتروني**. (ط.1). عمان: دار صفاء. ص 45.

5. **ستوري فاي Storify:** يوفر الموقع كتابة الأخبار بسهولة وسرعة عبر ثلاث خطوات:

أولاً: أن تدرج المواد التي ستحتاجها في موضوعك (مقاطع الفيديو من يوتيوب أو أي من المواد على مواقع التواصل الاجتماعي).

ثانياً: تكتب الشرح أو التعليقات على المواد ومن ثم تنشرها داخل موقع Storify.

ثالثاً: تشارك موضوعك عبر أي من وسائل الصحافة الإلكترونية أو مواقع التواصل الاجتماعي.

6. **داتا رابر Datawrapper:** أداة لعمل الرسوم البيانية، وهو موقع سهل وسريع الاستخدام يمكنك بكل سهولة أن تنسخ أي جدول يحتوي بيانات وتلصقها داخل مربع في الموقع، ثم تختار الشكل البياني الذي تفضل أن تظهر به البيانات، وأخيراً يمكنك مشاركتها في أي موقع من خلال نسخ رابط الشكل البياني الذي قمت بعمله، ويحتوي الموقع على رسوم بيانية أنشأها صحفيون آخرون، ويمكنك الاستعانة بأي منهم بكل سهولة، وفي المقابل يمكن لأي صحفي أن يستخدم رسومك البيانية التي أنشأتها على الموقع.

7. **ثينك لينك ThingLink:** لتعزيز الصور بالروابط، يساعدك هذا الموقع في شرح الصورة التي تستخدمها في موضوعك بطريقة أكثر فاعلية من كتابة الشرح تحت الصورة، فمثلاً عند استخدامك لصورة تجمع عدة أشخاص غير مشهورين فيمكنك أن تضيف تلك الصورة إلى الموقع وتضغط على كل وجه في الصورة وتضيف رابط لأي موقع آخر على شبكة الإنترنت يحمل معلومات أو فيديو لصاحب هذا الوجه في الصورة، وهكذا يمكنك التعامل مع صور الخرائط التي تحتاج لشرح أماكن فيها.

8. **تايم لاين جي اس Timeline JS** : إنشاء خط زمني تفاعلي، يُمَكن هذا الموقع الصحفيين من إنشاء خط زمني لأحداث معينة متعاقبة أو سيرة حياة أحد الأشخاص، ولكن بطريقة تفاعلية حيث يدخّل الصحفي الأحداث مكتوبة ومرتّبة تاريخياً ويضيف إليها الروابط الخارجية التي قد يحتاج إليها داخل موضوعه، ويمكن أن تكون صوراً أو مقاطع فيديو، ويوفر هذا الموقع إنشاء خطوط زمنية بـ 40 لغة مختلفة.

9. **تابلو Tablea**: لإنشاء رسم بياني تفاعلي، يستخدم الصحفيون وخاصة الذين يتابعون مجال الاقتصاد، ويمكن للصحفي أن يقوم بتنزيل البرنامج وتثبيته على جهاز الكمبيوتر والبدء بسهولة في إنشاء الرسم البياني التفاعلي الذي يريد.

10. **أوديو بو Audioboo**: موقع مقاطع صوتية: يعزز هذا الموقع من قيمة المواد الصوتية، حيث يسهل على المستخدم تسجيل ورفع الملفات الصوتية على الإنترنت، ويمكن استخدامه من الموبايل، حيث يمكنك كصحفي البحث عن أي موضوع تريد معرفة معلومات عنه وسيساعدك في ذلك أن الكثير من المشاهير لديهم حسابهم الخاص على هذا الموقع لمشاركة ملفاتهم الصوتية مع جماهيرهم، كما يتيح خاصية مشاركة الملفات الصوتية على فيسبوك.

11. **إيفر نوت Evernote**: شبكة لمشاركة المعلومات ويمكنك من خلال هذا الموقع أن تلتقط صورة أو تكتب معلومات قد تحتاج الرجوع إليها، وترفعها بسهولة لحسابك الخاص على هذا الموقع، ومن ثم يمكنك البحث عن تلك المعلومات عن طريق جهاز الكمبيوتر أو هاتفك المحمول، وأبعد من ذلك فإنه يمكنك كصحفي مسؤول عن قسم كامل أن تشارك فريقك بعض الأفكار، وتضيفوا آخر المعلومات بخصوص أي موضوع صحفي أنتم بصدد العمل عليه.

12. **هوت سويت HootSuite**: يعتبر هذا الموقع أحد أهم أدوات الصحفي في البحث عن قصص إخبارية جديدة، ويمكنك كصحفي أن تبحث بحسابك الخاص على الموقع عن اسم شركة أو منظمة تريد معرفة آخر ما نُشر لها أو نشرته على مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى إمكانية رصد معدل استخدام كلمة ما على مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك يمكنك تنظيم الرسائل الخاصة بك عليه.

13. **إيسل Easel و فيجيوبال Visual**: لصناعة الإنفوجرافيك، ويتيح هذان الموقعان بعض النماذج التي يمكن للصحفي أن يختار الأنسب له منها؛ لكي يضع عليها المعلومات والمواد التي جمعها؛ ليصنع بها موضوعاً مصوراً تفاعلياً بالشكل الذي يختاره.

14. **ستوري ميكر Story Maker**[1] : تطبيق يسمح بإنتاج القصص باستخدام الوسائط المتعددة، ويسمح باستخدام التطبيق لالتقاط وتحرير الصور ومقاطع الفيديو وتسجيل الصوت وعرض شرائح صوتية وكتابة النصوص، وعندها يمكنك دمج عناصر الوسائط المتعددة في قصة نهائية باستخدام مجموعة من القوالب الجاهزة ونشرها على مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بك وعلى موقع التطبيق ستوري ميكر، ولكن فضلاً عن كونه أداة للإنتاج والنشر، فإن ستوري ميكر يعد تطبيقاً تدريبياً يقدم دروساً في مجال الصحافة والصوت والتصوير الفوتوغرافي والفيديو والأمان.

15. **ليستلي Listly:** عبارة عن أداة على شبكة الإنترنت تمكن من إنشاء قوائم تشاركية وبشكل مختلف، ويمكن اعتبارها كالقوائم التفاعلية والحية، إذ لا يمكن للمستخدمين عرض ومشاركة القائمة فقط، بل يمكنهم أيضاً الإضافة عليها وإعطاؤها تصنيف، وبإمكان Listly أن يساعد على جعل قوائم تويتر أكثر نفعاً، ليس في غرف الأخبار فحسب، بل يوفر Listly أيضاً شكلاً من أشكال محتوى الوسائط الاجتماعية التي من الممكن أن تجذب شريحة أكبر من الجمهور.

فعلى سبيل المثال إذا كنت تقوم بتغطية سبق صحفي معين، كالفنون والثقافة في مدينتك، يمكنك إنشاء قائمة عامة للمنظمات الفنية والفنانين والنقاد وصالات العرض، وبعد ذلك تطلب من زملائك والجمهور المساهمة من خلال Listly لتوسيع وتحسين القائمة، ويمكن تضمين القائمة في مدونة أو موقع ويب. [2]

---

[1] - كارباسوفا، ناتاليا. **الصحافة النوعية في العصر الرقمي- أدوات وتطبيقات للصحافيين :ستوري ميكر**. مقال منشور على شبكة الانترنت بتاريخ 2013/10/17م. استرجع بتاريخ 2017/5/4م من: http://onmedia.dw-akademie.com/arabic/?p=1989

[2]- ديغن، غاي، **الصحافة النوعية في العصر الرقمي- أدوات وتطبيقات للصحفيين : ليستلي**. مقال منشور بتاريخ 13/أغسطس/2014م على شبكة الإنترنت، استرجع بتاريخ 2017/5/4م من: http://onmedia.dw-akademie.com/arabic/?p=2403

16. **لينكد إن LinkedIn:** موقع يساعد الموقع الصحفيين في إيجاد المصادر والمواضيع [1]، والتوصل الى تشبيك اتصالات مع 50 شخصاً. [2]

17. **أدوات لاسلكية أخرى:** يستمر جمهور الإنترنت الذي يُخدم عبر الأخبار العاجلة على مدار اليوم في النمو، والقراء المحتملون من الأخبار التي يتم تحديثها يزدادون كلما أصبحت خدمة الإنترنت اللاسلكية حرة وفي كل مكان جنباً إلى جنب مع توافر الأجهزة النقالة.

18. **جهاز الكمبيوتر المحمول مع اتصال إنترنت لاسلكي، وكاميرا فيديو ومسجل الصوت:** هي القطع الأساسية من المعدات التي تسمح للصحفيين لإنتاج الأخبار أو الصور والصوت والفيديو لقصة ما.

خامساً: وسائل الإعلام الاجتماعي أدوات فعّالة في التحرير الإلكتروني

حظيت وسائل الإعلام الاجتماعية Social media باهتمام القائمين على الصحف الإلكترونية أو المواقع الصحفية الإلكترونية الذين اعتنوا بإنشاء روابط تحيل القراء من صفحة الويب إلى صفحاتهم على بعض مواقع الوسائل الاجتماعية التي أصبحت أدوات سريعة وفعالة للوصول إلى الملايين من القراء الجدد وتوسيع تأثير المواد المنشورة على موقع الصحيفة الإلكترونية.

---

[1]- **خمسة أخطاء يرتكبها الصحفيون على موقع لينكد إنLinkedIn** . مقال منشور في موقع شبكة الصحفيين الدوليين على شبكة الانترنت بتاريخ 21-9-2012. استرجع بتاريخ 5 /2017/5 م من:
https://ijnet.org/ar/blog/%D8%AE%D9%85%D8%B3%D8%A9-%D8%A3%D8%AE%D8%B7%D8%A7%D8%A1-%D9%8A%D8%B1%D8%AA%D9%83%D8%A8%D9%87%D8%A7-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D9%81%D9%8A%D9%88%D9%86-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D9%85%D9%88%D9%82%D8%B9-%D9%84%D9%8A%D9%86%D9%83%D8%AF-%D8%A5%D9%86-linkedin

[2] -مارتينيلي، نيكول. **خمس نصائح من LinkedIn للصحفيين المستقلين**. مقال منشور في موقع شبكة الصحفيين الدوليين على شبكة الانترنت بتاريخ 2011/6/7. استرجع بتاريخ 2017/5/5 م من:
https://ijnet.org/ar/blog/%D8%AE%D9%85%D8%B3-%D9%86%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D8%AD-%D9%85%D9%86-linkedin-%D9%84%D9%84%D8%B5%D8%AD%D9%81%D9%8A%D9%8A%D9%86-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D9%82%D9%84%D9%8A%D9%86

ويعتقد باحثون أن انتقال الصحفيين الإلكترونيين إلى استخدام هذه الأدوات الاجتماعية نتيجة اعتقادهم بأن الشبكات الاجتماعية ستجلب لهم جمهوراً نشطاً. [1]

وحدد كابلان وهينلين **Kaplan and Haenlein** ستة أنواع من وسائل الإعلام الاجتماعي وهي: [2]

1. مواقع الشبكات الاجتماعية.
2. مشاريع تعاونية (مثل ويكيبيديا **Wikipedia**).
3. المدونات والمدونات الصغيرة. مثل (ووردبريس **WordPress** أو بلوغر **Blogger** أو تامبلر **Tumblr**)



4. مجموعات المحتوى (مثل يوتيوب **youtube**).
5. عوالم الألعاب الافتراضية.
6. عوالم اجتماعية افتراضية.

وعادة ما ينشر الصحفيون الإلكترونيون المضامين الصحفية على موقع الويب بالتزامن مع النشر على بعض مواقع وسائل الاجتماعي التي ربما تسبق النشر على الموقع الإلكتروني في حالات كثيرة نتيجة التواجد الأكبرللقراء (الجمهور المستخدم) في هذه الوسائل الاجتماعية واشتراكاتهم بحسابات الموقع أو الصحيفة فيها.

---

[1] - Sue, Bullard. (2013). **Social Media and Journalism What Works Best and Why it Matters**, A paper prepared for presentation at the national convention of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Washington, p. 5.

[2] - Montoya, AgataMrva.(2012). Social Media: New Editing Tools or Weapons of Mass Distraction.**The Journal of Electronic Publishing**,15(1). Retrieved 1-5-2017. Available from: http://quod.lib.umich.edu/j/jep/3336451.0015.103?view=text;rgn=main

ويشترط على المحرر الإلكتروني الالتزام بالقواعد الآتية عند النشر على بعض مواقع الوسائل الاجتماعية: [1]

1. التأكد من استخدام مجموعة كاملة من الأدوات لجمع المعلومات.
2. النظر في تنوع المصادر المستخدمة في القصص.
3. التأكد من صحة المعلومات التي يتم جمعها باستخدام الشبكات الاجتماعية بشكل متسق، والتحقق من أن الشخص الذي اتصلت به على الانترنت هو في الواقع الشخص الذي تعتقد أنك قد اتصلت به، ويفضل مقابلة المصادر شخصياً أو عبر الهاتف كلما كان ممكناً.
4. من السهل على المصادر أن تسيء فهم نواياك، حدد نفسك كمراسل ثم أخبر المصدر بأنك تجمع المعلومات منه للنشر.
5. استشر محرراً قبل استخدام المواقع الاجتماعية للاتصال ممن قد لا يكون لديهم فهم كامل لعواقب التحدث إلى صحفي.
6. قبل استخدام الصور التي تم نسخها أو تنزيلها في مواقع الشبكات الاجتماعية، كن حذراً وتحقق من الصور.
7. كن شفافاً مع الجمهور وكذلك المصادر، اسمح لهم أن يعرفوا كيف اتصلت بالناس، وفي أي سياق قمت بتجميع المعلومات أو كيفية التحقق منها أو إذ لم يتم التحقق منها، كما يجب "الإسناد بحذر عند الاقتباس". [2]

سادساً: أبرز مواقع الشبكات الاجتماعية كأدوات للمحررين الإلكترونيين

تعد بعض مواقع الشبكات الاجتماعية مثل (المدونات وتويتر وفيس بوك ويوتيوب) من أهم الأدوات الحديثة التي تمكن الصحفي الإلكتروني من جمع ونشر الأخبار والمعلومات بطريقة تفاعلية وسريعة.

---

[1]- Hohmann, James.(2011). **10 Best Practices for Social Media Helpful Guidelines for News Organizations,** Retrieved 8-5-2017. Available: asne.org/Files/pdf/10_Best_Practices_for_Social_Media.pdf

[2]- Hohmann, James.(2011). **10 Best Practices for Social Media Helpful Guidelines for News Organizations,** Op.Cit. p. 14.

المدونات Blogs:

أصبحت المدونات منبراً وأداة نشر جديدة للمحررين الالكترونيين ويمكن تعريفها بأنها "وسيلة من وسائل الاتصال على شبكة الإنترنت، وشكل من أشكال صحافة الشبكات ينشئها أفراد أو جماعات لتبادل الأفكار والآراء حول الأخبار أو الموضوعات ذات الاهتمام المشترك، التي يطرحها الناشر على صفحاتها بنظم الإتاحة الفورية، أو الاستدعاء اللاحق من أرشيف الرسائل والروابط النصية الفائقة دون قيود على حرية القارئ في المناقشة والتعليق على الرسائل المتاحة بالنصوص أو الوسائل المتعددة وكذلك حريته في التجول بين الروابط واستدعاء الرسائل والمداخلات السابقة". [1]

ويمكن أن تُستخدم المدونات في مجال الصحافة من خلال: [2]

1. **مدونات إذاعة الأخبار:** تعتنق فكرة قدرة شبكة الانترنت على تقديم المعلومات المعقدة المتماسكة والمنطقية وبسرعة، والتأثير الصادق بواسطة ضخ كمية من المعلومات بسرعة، وكثيراً ما تذيع مواقع المدونات المعلومات قبل ظهورها في وسائل الإعلام.
2. **مدونة السبق الصحفي:** تعتبر هذه المدونات فرص كبيرة ليتحقق النمو في الصحافة خارج حدود المساحة المتاحة أو الزمن.
3. **مدونات التجريب:** تمكّن الزوار من تجريب المشهد الإخباري، وتعمل بجانب المدونات الإخبارية أو السبق الصحفي، فيجد القراء أنفسهم يشعرون كما لو كانوا في وسط الصورة التي رسمها المحرر، يتم دعم هذه المدونات بالصورة والصوت والفيديو لرفع مستواها.
4. **مدونات الشفافية:** يلجأ الصحفيون إلى المدونات لإضافة فرصة من الشفافية إلى عملية جمع الأخبار، ويحاولون أن يقدموا للقارئ لقطات داخل المطبخ الصحفي مثل قرار المحررين والعمليات.
5. **مدونات التغذية الإخبارية:** أهم خصائص هذه المدونات التحديث المتكرر في أيام الأسبوع بواسطة روابط إلى القصص والأنباء السارة، وترتفع قيمتها لاعتمادها على الخبراء في تصنيف المعلومات وتقديمها كمختارات ذات قيمة سهل الوصول إليها.

---

[1]- عبد الحميد، محمد. (2009). **المدونات الإعلام البديل**. (ط.1).القاهرة: عالم الكتاب، ص59.
[2]- المرجع السابق نفسه، ص 124- 126.

ويمكن حصر أشكال المدونات الإلكترونية التي وجدت مكانتها في المواقع الإلكترونية لوسائل الإعلام بـ: [1]

1. **الشكل المغلق**: تعبر عنه المدونات الإلكترونية التي تصدرها مواقع وسائل الإعلام في شبكة الإنترنت، ويحررها الصحفيون والخبراء وبعض ضيوف قاعات التحرير المتميزون، فوسائل الإعلام التي تستخدم هذه المدونات تقدم عبرها مادة إعلامية مضافة أو مكملة للمادة التحريرية الرسمية.
2. **الشكل نصف المغلق**: يتمثل في قيام وسائل الإعلام بإنشاء مدونات في مواقعها الإلكترونية لتجمع كتابات صحفييها وضيوفها ومشتركيها من مستخدمي الإنترنت، وتحاول أن تساهم في بناء جسر من التواصل بين كتابة المحترفين أي الصحفيين المبنية على ما يعرفونه واطلعوا عليه وكتابة الهواة المستقاة من تجاربهم ويومياتهم.
3. **الشكل المنفتح**: يتمثل في اقتراح المواقع الإلكترونية التابعة لوسائل الإعلام على زوارها الكتابة في مدونات تابعة لها بشرط تسجيل أسمائهم في الموقع وفتح حساب فيه، ويندرج هذا الشكل ضمن منطق الخدمات التي تقدمها وسائل الإعلام ويسعى لخلق وشائج مع زوارها لا تقف عند حد الاطلاع على ما تنشره فقط بل يمتد إلى الاستثمار في إقامة علاقة دائمة.

وطورت المدونات بعض أشكال الكتابة لتتحول إلى "أنموذج" يمارس بهذا القدر أو ذاك، تأثيره في الكتابة الصحفية وفق الصيغ الآتية:[2]

1. **أسلوب الكتابة**: يتسابق الصحفيون من أجل إبراز ذاتيتهم فيما يكتبون، ويسعون إلى تحويل الواقع الاجتماعي إلى واقع ذاتي، ويتحدثون إلى القارئ بضمير المتكلم، ويستثمرون اللغة العامية والقول المأثور المستخرج من المخزن الشفهي.
2. **قالب الكتابة**: يتم الاستعانة بقالب القائمة الذي يستخدم الإيجاز في الكتابة، وإبراز ما هو أساسي، والتجاوب مع السرعة التي طبعت العصر وأثرت في إيقاع القراءة في المجتمعات المعاصرة.
3. **ترتيب الأخبار**: يتم ترتيبها وفق منطق الفضاء التدويني، أي الترتيب التنازلي، من الأحدث إلى الأقدم.

---

[1]- نصر الدين لعياضي: في البحث عن العلاقة بين المدونات الإلكترونية والصحافة، **مجلة ثقافات**، الشارقة، 2011، ص 143-144.

[2]- المرجع السابق نفسه، ص 142- 143,

4. **الأخبار التي تخلق منتديات**: بالاستفادة من المدونات الإلكترونية، استطاعت الكثير من المواقع الإلكترونية لوسائل الإعلام أن تنطلق من خبر أو رأي لتجمع أكبر عدد من الآراء والكتابات لتتحول إلى فضاء للنقاش.

5. **تويتر Twitter:**

يعرف موقع تويتر• أداة صحفية وواحدة من أبرز آثار وسائل الإعلام الاجتماعية على الصحافة، وأصبح تويتر وسيلة شعبية بين الصحفيين في السنوات الأخيرة وأداة للعثور على المصادر ومقارنتها. [(1)]

ويخلق تويتر "بيئة من التحديثات المتشظية باستمرار، ويوفر مزيجاًمن الأخبار والمعلومات والتعليقات، وعادة ما ترتبط بالواقع الحالي". [(2)]

ويسمح موقع تويتر بـ: [(3)]

1. تبادل القصص والمعلومات على الفور.
2. الاتصال بأي شخص وفي أي مكان.
3. يمكن للمستخدمين من متابعة بعضهم البعض دون ضرورة المعاملة بالمثل أو قبول أو متابعة بعضهم البعض، حيث لا توجد عقبات في التواصل مع الآخرين.
4. مفيد بشكل خاص عند الأخبار العاجلة، ويستطيع الصحفيون البدء فوراً بالإبلاغ "التغريد Tweet" ويمكنهم نشر تحديثات قصيرة في حين تتطور الأحداث.

•استبعد تويتر احتساب أسماء المستخدمين من عدد الأحرف المتاحة في الردود التي تبلغ 140 حرفاً؛ إذ إن أسماء المستخدمين والمرفقات الإعلامية مثل الصور والصور المتحركة ومقاطع الفيديو والتصويتات وتغريد الاقتباس لن تحتسب ضمن عدد الأحرف المسموح بها في التغريدة الواحدة، لكن الحد الأقصى لطول التغريدسيظل كما هو 140 حرفاً.

(1)- Marcel, Broersma. T.S, Graham. (2014). Twitter as a News Source.**Journalism Practice**, 7(4). p.449.

(2) - Vis, Farida.(2013).) Twitter as A Reporting Tool For Breaking News.**Digital Journalism**, 1 (1). p.29.

(3) - Marcel, Broersma. T.S, Graham. Twitter as a News Source,Op.Cit. p.449.

فيسبوك Facebook:

يعرف موقع فيسبوك• بأنه "أداة اكتشاف ومعالجة مجانية للصحفيين الذين يرغبون في إنشاء وجمع وتضمين المحتوى". [1]

ولكن "الصحفيين المحترفين يستخدمون فيسبوك ومواقع مماثلة لمساعدتهم في العثور على مصادر للقصص ثم نشر القصص على الإنترنت، وهذه المواقع جزء من مجموعة واسعة من الأدوات التي يستخدمها الصحفيون لتعزيز أنفسهم وعملهم على شبكة الإنترنت". [2]

وقد أتاح فيسبوك مؤخراً البث المباشر الذي يمكن الصحفيين من نقل الوقائع مباشرة وبثها على مواقع صفحاتهم الإعلامية على فيس بوك أو حساباتهم الشخصية.

وأطلق فيسبوك أداة سيغنال **Signal** المجانية والمتخصصة للصحفيين والإعلاميين حيث تُعرّف على الأخبار والقصص الشائعة بين الجمهور، ويتوجب على الصحفيين التسجيل في منصة Signal وملء بيانات الاسم والحساب على فيسبوك والبريد الإلكتروني والجهة الصحفية أو الإعلامية التي تنتمي إليه، وبعد ذلك يتمكن الصحفي من الاستفادة من الخدمات المتاحة والمقسمة كقوائم وهي كالتالي: [3]

- **الاتجاهات الحالية Trending Now:** قائمة بأكثر المستخدمين الذين حظوا بنسبة من المشاهدة والتداول على شبكة فيسبوك حول العالم، ويمكن للصحفيين ترتيبها وفقاً للمدى الزمني أو وفقاً للنوع مابين أقسام "السياسة والكوارث والحرب والإرهاب والعمل والمشاهير والتسلية والرياضة والعلوم والتكنولوجيا و"اللايف ستايل – نمط الحياة" والصحة والجريمة والتعليم والشأن المحلي.

• تأسس فيس بوك في شباط عام 2004 في ماساتشوستس بالولايات المتحدة الأمريكية، المؤسسون هم: :مارك زوكربيرغ، داستنموسكوفيتز، أندرو ماكولوم، ادواردوسيفيرن، كريس هيوز.

[1] - Welch, Chris.(2015). **Facebook's Signal is a news-finding tool for journalists**, Retrieved 2-5-2017. Available: https://www.theverge.com/2015/9/17/9346327/facebook-signal-announced

[2] - Rogers, Tony. (2001). **How Journalists Use Facebook to Find Sources and Promote StoriesAn Easy Way to Spread the Word About Stories Published Online**. Retrieved 1-5-1017. Available from: https://www.thoughtco.com/how-journalists-use-facebook-to-find-sources-2074123

[3]- **سيجنال: أداة حصرية ومصدر أساسي للبحث عن قصص صحفية.** (2016). المركز الفلسطيني للموارد الإعلامية. استرجع بتاريخ 4-5- 2017 من: http://pcmr.ps/ar/?Action=Details&ID=107

- **المنشورات الشائعة Trending Posts**: يعرض فيها أكثر المنشورات التي شهدت تفاعلًا وتداولًا من مستخدمي الشبكة، وهي مصنّفة كالتالي: الأخبار والسياسة والأشخاص المؤثرين والتسلية والرياضة.
- **الشخصيات العامة Public Figures**: الشخصيات الهامة الأكثر تأثيراً على فيسبوك.
- **الأحداث Events**: أهم الأحداث التي دونها مستخدمو الشبكة وحظيت بتفاعل كبير.
- **البحث في فيس بوك وأنستغرام Facebook/ Instagram Search**: يمكن البحث بكلمات مفتاحية من خلالها عما تريده داخل الموقعين من صور أو منشورات أو مقاطع فيديو.

وتوجد مجموعة من النصائح للتحرير الإلكتروني في فيس بوك أهمها: [1]

1. **لا تنشر بكثافة**: فيسبوك لديه خوارزميات تعمل على التفريق بين المنشورات المهمة والغير مهمة من أجل معرفة ما يهم المستخدم من منشورات الصفحات ومن ثم إظهارها لدى نسبة أكبر من المستخدمين.

إن كنت تدير صفحة إخبارية أو تعمل على إنزال تحديثات كثيرة، فبإمكانك التفريق بين كل منشور وآخر بساعتين أو ثلاث ساعات، وبشكل عام تأثير النشر المكثف يتعلق بمدى جودة وأهمية المنشورات.

2. **انشر المميز فقط**: ضمن العوامل التي يقيس بها فيسبوك مقدار جودة المنشور وأهميته مدى تفاعل المستخدمين معه، فكلما زاد التفاعل (بالإعجاب او المشاركة أو التعليق) زاد انتشار المنشور أكثر لأن فيسبوك حينها يعتبره مهم وينشره لدى مستخدمين أكثر.
3. **لا تنشر الكثير من الروابط**: يمكن الاستفادة من هذه الطرق العملية للتغلب على هذه المشكلة:

---

[1]- الحمدي، عمر. (2015). **خمس نصائح للنشر الفعال في صفحات الفيسبوك**. استرجع بتاريخ: 4-5-2017 من: http://www.tech-wd.com/wd/2015/05/14/%D8%AE%D9%85%D8%B3-%D9%86%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D8%AD-%D9%84%D9%84%D9%86%D8%B4%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B9%D8%A7%D9%84-%D9%81%D9%8A-%D8%B5%D9%81%D8%AD%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8/

- لا تنشر الروابط فقط دون أي محتوى معه، انشر بعض المعلومات أو صورة في نفس المنشور أو أي شيء ذي قيمة يستحق أن يقوم المستخدم بالتعليق عليه أو الإعجاب به.
- تخدم طريقة (1 إلى 4) بمعنى أن يكون ربع المنشورات في الصفحة هي لروابط خارجية والثلاثة أرباع هي منشورات أخرى لا تحتوي على روابط.
- يمكنك نشر الروابط في أول تعليق وليس ضمن المنشور نفسه.

4. **جدولة المنشورات:** وهي الخاصية التي تسمح لك بنشر المنشور في وقت مستقبلي بدلاً من نشره في تلك اللحظة ، يمكنك جدولة المنشور بعد عشرة دقائق او حتى بعد أسبوع، حيث تسمح لك هذه الخاصية بتحديد التاريخ والوقت الذي تريد نشر المنشور فيه.
5. **صمم صور جيدة:**

- يمكنك النشر بدون صور: لكن إرفاق صورة مع المنشور أياً كان المنشور هو شيء مفيد جداً من أجل جذب المستخدم، فالصورة الجيدة والمميزة يمكن أن تساهم في زيادة التفاعل مع المنشور وبالتالي ينتشر المنشور أكثر.
- إذا كنت تقدم بعض المعلومات المفيدة عبر الصفحة فقم بوضع هذه المعلومات أو مختصرها في تصميم جيد وانشر النص الكامل في المنشور مع الصورة، أو قم بوضع ملخص الخبر أو التحديث في تصميم جميل واكتب بقية التفاصيل في المنشور نفسه.

يوتيوب Youtube:

موقع يوتيوب هو منصة وأداة قوية للصحفيين بما في ذلك الصحفيين الإلكترونيين الذين يمكنهم تسجيل عدد لا محدود من مقاطع الفيديو الصحفية وإمكانية التعديل والقص وإعادة الترتيب مع إضافة المؤثرات الصوتية. •

• تأسس يوتيوب في عام 2005 من قبل شاد هورلي، وستيف تشن وجاويد كريم في كاليفورنيا، وكان الهدف من الموقع في إتاحة الفرصة للتعبير عن الاستقلالية والمحتوى الفردي والجماعي.

ويتطلب من الصحفي الإلكتروني الذين يستخدم يوتيوب لنشر مقاطع الفيديو: [1]

1. التركيز على تحويل المشاهد إلىالمشترك.
2. استخدام التعليقات التوضيحية.
3. دعوة العمل لقيادة المشتركين.
4. الاستفادة من وسائل الاعلام الاجتماعية لتعزيز مقاطع الفيديو التابعة لك.

وتتخذ مشاركة الجمهور الإعلامي مع مقاطع فيديو يوتيوب نماذج عدة: [2]

1. يمكن للمشاهدين الاشتراك في القنوات التي يحبونها؛ وتظهر مقاطع الفيديو من هذه القنوات في أقسام "مقاطع فيديو مقترحة" و "اشتراكاتي" في يوتيوب.
2. قناة يوتيوب تفاعلية إذ يمكن للمشاهدين طرح أسئلة للوسيلة الإخبارية والحصول على ردود مقنعة على أسئلتهم في أشرطة الفيديو أنفسها أو في قسم التعليقات.
3. يشارك الجمهور على يوتيوب مقاطع فيديو يفضلونها بدلاً من استهلاكها بشكل سلبي.
4. يمكن للمشاهدين إضافة مقاطع فيديو إلى قوائم تشغيل.
5. أزرار "أعجبني" و"لم يعجبني" تشير لرضا المشاهدين.

ويمكن للصحفيين الإلكترونيين استخدام الطرق التالية لتعزيز مشاركة الجمهور في يوتيوب: [3]

1. تمثل الأخبار العاجلة فرصة رائعة لالتقاط زيارات يوتيوب.
2. استخدم قائمة التشغيل في يوتيوب لعرض تطور القصة، وإنشاء تحديثات للفيديو، وإظهار التقارير المسؤولة، حيث أصبحت تفاصيل تغيير القصة وسياقها واضحاً.
3. يوفر يوتيوب إمكانية البث المباشر عبر تقنية Google+ Hangouts. •
4. يوتيوب وسيلة إضافية لاكتشاف موقع الويب الخاص بك ويسمح للقنوات بجذب الزيارات إلى موقع ويب مرتبط، ما يعرض جماهير جديدة لعملك.

---

(1) - Whitaker, Nicholas. YouTube Best Practices. Retrieved 1-5-2017. Available: https://www.newsu.org/sites/default/files/6PoynterGoogleYouTube%20Best%20practices.pdf

(2) - Why YouTube Works For Journalists. p.1 Retrieved 1-5-2017 . Available: http://www.mediaimpactproject.org/youtube-guide---why-youtube-works-for-journalists.html

(3) - Ibid. p.1.

•**Google+ Hangouts**:عبارة عن خدمة للتواصل عبر الإنترنت، تضم المحادثة الفورية والتواصل عبر الفيديو. تم تطوير هذه الخدمة من قبل شركة غوغل وتم اطلاقها في 15 أيار عام 2013، وتوجد هذه الخدمة ضمن حزمة خدمات جوجل+ بحيث يمكن لـ 10 اشخاص أن يتواصلوا عبر الصوت والصورة والكتابة.

5. يوتيوب هو مكان عظيم لبناء علاقة "تعرف، أَحِب، ثق" مع الجمهور.

إن التغييرات المتواصلة في أشكال وسائل الإعلام وبيئة الاتصالات المتطورة ستمنح دوماً الصحفيين الإلكترونيين مجموعة متنوعة من الوسائل والأدوات الجديدة التي تمكنهم من إنتاج وتحرير المواد الإعلامية التفاعلية والجاذبة عبر شبكة الإنترنت.

الخلاصة:

تتناول الوحدة أداوت التحرير الإلكتروني التي يستعين بها المحررون الإلكترونيون لأداء مهامهم بعدما أصبحت المهارات الرقمية واحدة من المهارات الأساسية على الصحفيين الإلكترونيين تعلّمها.

وتبدأ الوحدة بتمهيد عن تحرير الموقع أو الصحيفة الإلكترونية والإرشادات المتعلقة بها والأدوات المتوفرة والمساعدة في تصفح الموقع، ثم التعريف بمفهوم أدوات التحرير الإلكتروني بالإشارة إلى أساسياته، والأدوات التحريرية في بنية الموقع، وبعض أهم أدوات المحرر الإلكتروني في جمع المواد الإعلامية وتحريرها وإيصالها إلى الجمهور.

وتعرض الوحدة بعض المواقع الإلكترونية المفيدة في التحرير الإلكتروني، وتتطرق لاستخدام المحررين الإلكترونيين وسائل الإعلام الاجتماعية التي أصبحت أداة فعّالة في التحرير الإلكتروني للجمهور النشط مع ذكر بعض القواعد الواجب الالتزام بها عند النشر فيها، وتعرّف الوحدة أبرز هذه المواقع ومزايا كلاً منها في مجال التحرير الإلكتروني.

المراجع:

1. العيسى، جاسم. (2008).حدود تطبيقات تكنولوجيا الاتصال في الصحافة العراقية مع دراسة لاستخدام الوسائط المتعددة في الصحافة الالكترونية العراقية.رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة بغداد

2. نصر الدين لعياضي: في البحث عن العلاقة بين المدونات الإلكترونية والصحافة، مجلة ثقافات، الشارقة، 2011.
3. حسن عادل:أهم 30 أداة و موقع و تطبيق للصحفيين الإلكترونيين والمهتمين بالكتابة على الإنترنت.2014، استرجع بتاريخ 3- 5- 2017 من:
/https://www.sasapost.com/30-tools-and-apps-for-journalists
4. عادل، حسن. (2014). أهم 30 أداة و موقع و تطبيق للصحفيين الإلكترونيين والمهتمين بالكتابة على الإنترنت. استرجع بتاريخ 3- 5- 2017 من:

/https://www.sasapost.com/30-tools-and-apps-for-journalists

5. كارباسوفا، ناتاليا. الصحافة النوعية في العصر الرقمي- أدوات وتطبيقات للصحافيين :ستوري ميكر. مقال منشور على شبكة الانترنت بتاريخ 2013/10/17م. استرجع بتاريخ 2017/5/4م من:
http://onmedia.dw-akademie.com/arabic/?p=1989

6. ديغن، غاي، الصحافة النوعية في العصر الرقمي- أدوات وتطبيقات للصحفيين : ليستلي. مقال منشور بتاريخ 13/أغسطس/ 2014م على شبكة الإنترنت، استرجع بتاريخ 2017/5/4م من:

http://onmedia.dw-akademie.com/arabic/?p=2403

7. خمسة أخطاء يرتكبها الصحفيون على موقع لينكد إن LinkedIn. مقال منشور في موقع شبكة الصحفيين الدوليين على شبكة الانترنت بتاريخ 21-9-2012. استرجع بتاريخ 2017/5/5 م من:
https://ijnet.org/ar/blog/%D8%AE%D9%85%D8%B3%D8%A9-%D8%A3%D8%AE%D8%B7%D8%A7%D8%A1-%D9%8A%D8%B1%D8%AA%D9%83%D8%A8%D9%87%D8%A7-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D9%81%D9%8A%D9%88%D

9%86-%D8%B9%D9%84%D9%89-
%D9%85%D9%88%D9%82%D8%B9-
%D9%84%D9%8A%D9%86%D9%83%D8%AF-%D8%A5%D9%86-
linkedin

8. مارتينيلي، نيكول. خمس نصائح من LinkedIn للصحفيين المستقلين. مقال منشور في موقع شبكة الصحفيين الدوليين على شبكة الانترنت بتاريخ 2011/6/7. استرجع بتاريخ 2017/5/5 م من:
https://ijnet.org/ar/blog/%D8%AE%D9%85%D8%B3-
%D9%86%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D8%AD-%D9%85%D9%86-
linkedin-
%D9%84%D9%84%D8%B5%D8%AD%D9%81%D9%8A%D9%8A%D
9%86-
%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D9%82%D9%84%D9
%8A%D9%86

9. العليان، ربحي.السامرائي، إيمان. (2010). النشر الإلكتروني. (ط.1). عمان: دار صفاء.

10. عبد الحميد، محمد. (2009). المدونات الإعلام البديل. (ط.1).القاهرة: عالم الكتاب.

11. سيجنال: أداة حصرية ومصدر أساسي للبحث عن قصص صحفية. (2016). المركز الفلسطيني للموارد الإعلامية. استرجع بتاريخ 4-5- 2017 من:
http://pcmr.ps/ar/?Action=Details&ID=107

12. الحمدي، عمر. (2015). خمس نصائح للنشر الفعال في صفحات الفيسبوك. استرجع بتاريخ: 4-5-2017 من:
http://www.tech-wd.com/wd/2015/05/14/%D8%AE%D9%85%D8%B3-
%D9%86%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D8%AD-
%D9%84%D9%84%D9%86%D8%B4%D8%B1-
%D8%A7%D9%84%D9%81%D8%B9%D8%A7%D9%84-
%D9%81%D9%8A-%D8%B5%D9%81%D8%AD%D8%A7%D8%AA-
/%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8

13. Briggs, Mark. (2007). Journalism 2.0 How to Survive and Thrive A Digital Literacy Guide for the Information Age. Initiative of J-Lab: The Institute for Interactive Journalism and Knight Citizen News Network.

14. Chan, Ying. (2014). Digital Journalism: Making News, Breag News- Journalism and Digital Times: Between Wider Reach and Sloppy Reporting. (1st .ed).New York: Open Society Foundatons.

15. Spilsbury, Mark. (2014).An Independent Research Report Commissioned. The National Council for the Training of Journalists. Retrieved 2-5-2017. Available: www.nctj.com/.../NCTJ%20Emerging%20Skills%20FINAL.pdf
16. Fahmy, Shahira. (2008). How Online Journalists Rank Importance of News Skills. Newspaper Research Journal, 29 (2).
17. Editing Tools That Help to Streamline the Publishing Process. Retrieved 1-5-2017. Available:

http://www.councilscienceeditors.org/wp-conten t/uploads/v27n5p155.pdf

18. Ward, Mike. Online Journalism, Op.Cit.
19. 15 Interesting Ways Technology Has Changed Journalism. (2017). Top Journalism Schools. Retrieved 2 – 5 – 2017. Available:

http://www.topjournalismschools.org/15-interesting-ways-technology-has-changed-journalism/

20. Sue, Bullard. (2013). Social Media and Journalism What Works Best and Why it Matters, A paper prepared for presentation at the national convention of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Washington
21. Montoya, AgataMrva. (2012). Social Media: New Editing Tools or Weapons of Mass Distraction. The Journal of Electronic Publishing 15(1). Retrieved 1-5-2017. Available from: http://quod.lib.umich.edu/j/jep/3336451.0015.103?view=text;rgn=main
22. Hohmann, James. (2011). 10 Best Practices for Social Media Helpful Guidelines for News Organizations, Retrieved 8-5-2017. Available: asne.org/Files/pdf/10_Best_Practices_for_Social_Media.pdf
23. Kamal, Hiba. (2016). Twitter, as a Journalistic Tool: Exploring its Impact on Canadian Journalists. Master Thesis. University of Alberta. Canada.

24. Marcel, Broersma. T.S, Graham. (2014). Twitter as a News Source. Journalism Practice. 7(4).

25. Vis, Farida. (2013). Twitter as A Reporting Tool for Breaking News. Digital Journalism, 1 (1).

26. Welch, Chris. (2015). Facebook's Signal is a news-finding tool for journalists, Retrieved 2-5-2017. Available: https://www.theverge.com/2015/9/17/9346327/facebook-signal-announced

27. Rogers, Tony. (2001). How Journalists Use Facebook to Find Sources and Promote Stories An Easy Way to Spread the Word About Stories Published Online. Retrieved 1-5-1017. Available from: https://www.thoughtco.com/how-journalists-use-facebook-to-find-sources-2074123

28. Whitaker, Nicholas. YouTube Best Practices. Retrieved 1-5-2017. Available: https://www.newsu.org/sites/default/files/6PoynterGoogleYouTube%20Best%20practices.pdf

29. Why YouTube Works For Journalists. p.1 Retrieved 1-5-2017 . Available: http://www.mediaimpactproject.org/youtube-guide---why-youtube-works-for-journalists.html

التمارين:

أجب عن الاسئلة التالية:

1. عدد الإرشادات المرتبطة بتحرير الموقع / الصحيفة الإلكترونية.
2. ينطلق مفهوم أدوات التحرير الإلكتروني من أساسيات معينة، وضح ذلك.
3. تحدث عن وظيفة أداة (الروابط والإحالات) في الموقع الإلكتروني.
4. ما مزايا موقع ستوري فاي Storify في التحرير الإلكتروني؟
5. تحدث عن أوجه استخدم المدونات في مجال الصحافة.

ضع إشارة (صح√ أو خطأ X) أمام العبارات الآتية:

1. تساعد أدوات الملاحة في الموقع المتصفح على الهبوط إلى أسفل الصفحة أو العكس أو الملاحة في أجزاء الصفحة المختلفة. صح
2. بودكاست Podcast ملف يسمح بتحميل واستهلاك المواد الصوتية في أي وقت. صح
3. ثينك لينك ThingLink موقع يمكن من هذا الموقع الصحفيين من إنشاء خط زمني لأحداث معينة متعاقبة. خطأ
4. بوب أب شكل للعرض يجذب الزائر إلى ملف أو صفحة أو إحالته إلى صفحة أو ملف داخل موقع الصحيفة الإلكترونية أو موقع آخر. خطأ

ضع خطاً تحت الإجابة الصحيحة:

1. (**<u>Story Maker</u>**/ **HootSuite**) تطبيق يسمح بإنتاج القصص باستخدام الوسائط المتعددة.
2. (**<u>Signal</u>** / **Listly**) هي أداة مجانية أطلقتها فيسبوك مخصصة للصحفيين تُعرّف عن الموضوعات والقصص الشائعة بين الجمهور.

الوحدة التعليمية الرابعة

النّص الفائق والتّحرير الإلكتروني

الوحدة الرابعة: النّص الفائق والتّحرير الإلكتروني

- مقدّمة
- تعريف النص الفائق.
- خصائص النص الفائق.
- أنواع النص الفائق.
- وظائف النص الفائق في التحرير الإلكتروني.
- فوائد النص الفائق في التحرير الإلكتروني.
- قرّاء النص الفائق .

الأهداف التعليمية:

بعد دارسة هذه الوحدة التعليمية يجب أن يكون الطالب قادرا ًعلى أن:

1. يعرّف النص الفائق
2. يعدد خصائص النص الفائق
3. يذكر أنواع النص الفائق
4. يبيّن وظائف النص الفائق في التحرير الإلكتروني

5. يشرح فوائد النص الفائق في التحرير الإلكتروني
6. يدرك من هم قرّاء النص الفائق

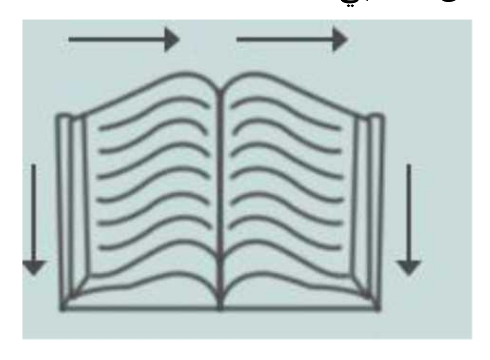
أولاً: مقدمة

سمحت شبكة الإنترنت للمواقع الصحفية الإلكترونية بخلق صفحات متعددة الأبعاد وغير محددة الحجم لتحاكي تنوع الحاجات الإعلامية للجمهور الإلكتروني، وأضحى النص الفائق / التشعبي **Hypertext** أبرز ملامح شبكة الإنترنت والمحرّك لهذا التنوع مشكلاً نسيجاً يستخدم عدداً غير محدود من المصادر والوسائل التي ترتبط جميعاً بشبكة من الروابط حيث يتحول النص "العادي" إلى نص فائق بعد إضافة الروابط إليه.

وبعد ظهور تقنية النص الفائق أصبح القرّاء قادرون على التجوّل في الفضاء الإلكتروني بشكل أوسع وأكثر تعدداً، عبر الانتقال من صفحة ويب إلى صفحة ويب أخرى عن طريق النقر على الكلمات الرئيسية أو الجمل بالترتيب الذي يرغبون به في أي موضوع (خبر، تقرير، تحقيق، مقالات،...الخ) من أجل الحصول على تفاصيل حول تلك الموضوعات.

وظهرمفهوم النص الفائق في أربعينيات القرن الفائت بالتحديد في عام 1945م أي قبل عام من صنع أول جهاز كمبيوتر حيث صاغ أستاذ الأدب ثيودور نيلسون Theodor Nelson هذا المصطلح مشيراً إلى أنه "كتابة نص غير متسلسل ذات فروع يتيح خيارات للقارئ وأفضل قراءة في شاشة تفاعلية". (1)

ويمكن النظر إلى الكتاب كوسيلة خطية أي يمكن تتبع مسار القراءة من البداية إلى النهاية، بينما المقصود من النص الفائق في صفحات المواقع الإلكترونية "القراءة بشكل غير خطي باتباع الروابط التي تشير إلى أجزاء أخرى من الوثيقة أو إلى وثائق أخرى، ويظهر الشكلان التاليان الفرق بين النص العادي والنص التشعبي". (2)

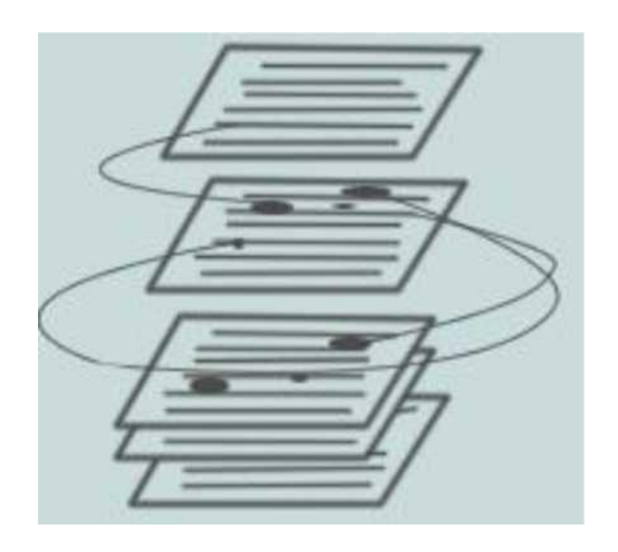


نص عادي (خطي)

---

(1) - Rost, Alejandro. (2002). **The Concept of Hypertext in Digital Journalism**, 23 Conference and General Assembly AMCR/AIECS/AIERI International Association for Media and Communication Research Communication Technology Policy (CTP) Section, Barcelona, 21-26 of July 2002, p. 4.

(2) - Li, Ze-Nian. Drew. Mark. (2004). **Fundamentals of Multimedia**. (1st, Ed). New Jersey: Pearson Education, Inc. p. 7-8.



نص فائق (غيرخطي)

ثانياً: تعريف النص الفائق Hypertext

بدايةً تعتبر النصوص الفائقة أو التشعبية•Hypertexts من ناحية التعدد وسائل متعددة، ومن ناحية النشاط والتدفق تفيض كل وسيلة بمفهوم النصوص الفائقة فتضم بجانب النصوص الفائقة الصور الفائقة والرسوم الفائقة والأصوات الفائقة إلى غيرها، لتكوّن الوسائل الفائقة والتي تعرّف بأنها "نظام لتخزين المعلومات النصية والمصورة والرسومية والصوتية في مقاطع تصل بينها وصلات يستخدمها المتلقي حسب الحاجة، وتشكل مقاطع المعلومات والوصلات بينها قاعدة بيانات الوسائل الفائقة التي يتم تنظيمها بنفس طريق وأساليب تصميم النص الفائق في العلاقة بين مقاطع أو أجزاء أو روابط بكل وسيلة على حدة أو العلاقة بين المقاطع والروابط في الوسائل المتعددة أو بعضها".[1]

ويُعرّف النص الفائق أنه "نص ترتكز بنيته على شبكة من العلاقات الكثيفة تحيل القارئ من فقرة إلى أخرى بشكل يشبه الاستطراد الذي نراه في الكتب". [2]

ويعرّف النص الفائق أيضاً بأنه "نص فريد من نوعه منظّم كشبكة، مفتوح، لا خطي، لا مركزي، على عكس النص المفترض الهرمي والخطي في الصحافة المطبوعة، وهو بناء خطابي متعدد الخطية (لا خطي) بناء على الربط البيني من متن النص الرقمي، ويسمح النص التشعبي بتمديد التناصية•، ويقدم طرقاً جديدة للوصول إلى المحتويات المتاحة، ويعزز التفاعل، وبالتالي يعطي القارئ المزيد من السلطة في بناء الواقع، وبناءه الفعلي". [3]

•هناك مفردات كثيرة مرادفة للنص الفائق /التشعبي ومنها النص الحي والنص المترابط والنص المتعالق والنص الممنهل والنص النشط والنص المتفرع.

[1] - كنعان، علي. الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، مرجع سابق، ص 112.

[2] - التميمي، أسد الدين. (2014). **مصطلحات الانترنت والحاسوب**.(ط.1).عمان: دار أسامة، ص 88.

•المقصود هنا بالتناصية الترابط أو التفاعل النصي.

[3] - Rost, Alejandro. (2002). the Concept of Hypertext in Digital Journalism. Op. Cit. p 3-5.

وتعرّف هولي كوارت **Holly Cowart** النص الفائق بأنه "نص على الشاشة يحتوي على العقد (nodes) التي ترتبط معا بطريقة غير خطية وتبني السرد". [1]

ينظر كلاً من ماريا تيريزا فيلارينو و أنكسو أبوين غونزاليس María TeresaVilariño and Anxo Abuín González إلى النص الفائق بأنه: نوع من التفاعلية، غير متسلسل، غير خطي (أومتعدد الخطوط)، أي أنه لا يستند إلى تسلسل ثابت، تسلسل يمكن أن يختلف اختلافاً كبيراً في سياق القراء. [2]

كما يعرف النص الفائق بأنه "أبسط مستوى من التفاعل على الإنترنت، ويتميز بقابلة النقر والسماح للقراء بالذهاب إلى أبعد من الأخبار اليومية لعرض معلومات أخرى عن الموضوعات ذات الصلة أو المعلومات الأساسية، ويسمح للمستخدمين من خلال الروابط التشعبية بقراءة معلومات خلفية أوقصص جانبية حول مواضيع ذات صلة". [3]

ويشير باحثون إلى أن النص الفائق لديه "القدرة على التغيير جذرياً؛ كيف نكتب وكيف نقرأ وكيف نعلم هذه المهارات وحتى كيف نتصور النص نفسه". [4]

ويشرح آخرون أن مفهوم النص الفائق يحمل معان عدة: [5]

- مفهوماً كمياً: كتلة كبيرة من المعلومات.
- مفهوماً يحمل معنى البنية: يشير إلى شبكة من النصوص.
- تعددية الأبعاد: بعداً ما ورائياً، بعد آخر، ما وراء النص.

ويقارب إيفيلاند ودانوودي **Eveland and Dunwoody** بين وظيفة النص الفائق /التشعبي ووظيفة الذاكرة البشرية بالقول: [6]

---

[1] - Cowart, Holly. (2011).Hypertext Narrative, and the Future of News Writing. **Master Thesis**. University of Tennessee .Chattanooga, p .5.

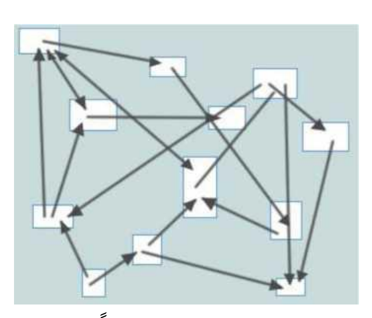
[2] - Palacios, Marcos. Díaz Noci, Javier. (eds). (2009). **Online Journalism Research Methods. A Multidisciplinary Approach in Comparative Perspective**. (1st .ed). Bilbao: Universidad del Pais Vasco, p. 67.

[3] - Zerba, Amy. (2004). **Redefining Multimedia Toward a More Packaged Journalism Online**. Fifth International Symposium on Online Journalism at the University of Texas at Austin April 16-17. p. 6.

[4] - Charney, Davida. (2005).**The Impact of Hypertext on Processes of Reading and Writing**. Paper for the Proceedings of the 3rd International Conference on Communication and Reality titled “Digital Utopia in the Media: from Discourses to Facts. A Balance”. May 20-21, 2005, Barcelona, Spain. p. 4.

[5]- فرطاس، نعيمة. (2014). تكنولوجيا الهايبرتكست Hypertexte (النص المترابط) بين الإعلام الآلي ونظرية النص. **مجلة كلية الآداب واللغات**، الجزائر، العدد 16، ص 237.

[6] - Opgenhaffen, Michaël. d'Haenens, Leen d'Haenen. The Impact of Online News Features on Learning from News: A Knowledge Experiment. **International Journal of Internet Science**, 6(1), p. 11-12.



1. إن الربط بين أجزاء مختلفة من النص إلى بعضها البعض عن طريق الارتباطات التشعبية في الحقيقة هي نسخة من وظائف الذاكرة البشرية، فكل من بنية الارتباط التشعبي والذاكرة البشرية تتميز بربط العديد من العقد.
2. تتكون العقد في الذاكرة البشرية من "بتات bits" من المعلومات المكتسبة سابقاً والمترابطة والتي في الواقع تساعد الذاكرة البشرية من خلال قول أي "بت" من المعلومات تنتمي معاً، وهذه العقد في الأخبار عبر الإنترنت رسائل إخبارية مختلفة أو قطع من نص متصل بعضها البعض من خلال الارتباطات التشعبية.
3. التشابه بين الذاكرة البشرية وهيكل الارتباط التشعبي عبر الإنترنت أو التماثل البنائي يعني أن وجود الروابط الداخلية والروابط الخارجية تعزز تخزين المعلومات وبالتالي تحفز عمليات الأخبار على الانترنت.

وبالتالي فإن وجود الارتباطات التشعبية قد يؤثر أيضاً إيجابياً على الإشباع أثناء استهلاك الأخبار عبر الإنترنت، وأصبح النشاط الشائع للملاحة الحرة عملية إرضاء هامة في سياق وسائل الإعلام الجديدة لدرجة أن عدم وجود هذه الروابط يمكن أن يؤدي إلى الشكاوى.

ويُعدُّ النص الفائق/ التشعبي من أهم الأدوات في يد المحرر الإلكتروني لأنه لا يساعد في توفير معلومات مفيدة داخل النص فقط، ولكنه يمكن أن يجعل قصة على قيد الحياة لفترة طويلة بعد نشرها الأصلي أيضاً، كما يوفر للصحفيين طرقاً جديدة لمساعدة القراء في الوصول إلى قرار من خلال الإحالات من دون الحاجة إلى تغيير القصص القديمة". [1]

ثالثاً: خصائص النص الفائق

إن تعاريف الباحثين والمهتمين بتقنية النص الفائق اتفقت حول مجموعة من الخصائص التي تميزه، وأبرز خصائص النص الفائق:[2]

اللاخطية:

عندما يقرأ المرء كتاباً ورقياً، فإنه يأخذه – في الأحوال العادية – من البداية، فيقرأ السطر بعد الآخر، ثم الصفحة بعد الأخرى، وهكذا حتى النهاية، خلافاً للنصوص الورقية، فإن قراءة النص الفائق لا تتم بالطريقة نفسها، وإنما تتم بطريقة غير خطية، هكذا يمكن للقارئ أن ينتقل هرمياً أوشجرياً إلى نصوص أخرى.

وتستند عملية القراءة هنا إلى فكرة مركزية مفادها أن النص الفائق مزود بوصلات تسعف في تنشيط عملية القراءة، والانتقال إلى الشذرات النصية المختلفة، التي يمكن الوصول إليها من خلال

---

[1] - اللبان، شريف. الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، مرجع سابق، 106.
[2] –مريني، محمد. (2015). **النص الرقمي وإبداعات النقل المعرفي**. (ط.1). الشارقة: دار الثقافة والإعلام، ص 54- 62.

النقر على "الفأرة"، وحين يقرأ القارئ نصاً ورقياً فهو يعرف المكان الذي يوجد فيه لأجل ذلك فهو يستخدم بعض المعالم الدالة مثل: أرقام الصفحات، وفهرست المحتويات، ورأس الصفحة... إلخ.

أما في النص المتشعب، فلم تعد هناك حاجة إلى أغلب هذه المؤشرات الدالة، فيكفي مدّ القارئ ببعض أدوات التصفح ليستطيع التوجه بذكاء في الفضاء الشبكي المعلوماتي.

التفاعلية:

تقوم بين النص الفائق وقارئه علاقة تناظرية وغير أحادية، أي أن عملية التواصل لا تكون في اتجاه واحد، وإنما فياتجاهين، فهناك تفاعل حقيقي بين النص الفائق وقارئه الذي يستطيع على سبيل المثال أن يخطّ لنفسه طريقاً خاصاً في قراءة الوثيقة المقروءة إذ يمكنه استبعاد قسم من النص، أو عدم مشاهدة مشهد ما، كما يمكنه الذهاب رأساً إلى ما يعتبره أساسياً وبالتالي إسقاط جانب من الجوانب.

الافتراضية:

على عكس النص الورقي الذي يتسم بوجود مادي ثابت ومقيد، يتميز النص الفائق بطابعه الافتراضي، ذلك أن النص الذي نراه على شاشة الحاسوب له طابع خيالي، فالنص الفائق لا يوجد في مكان واحد بل يوجد جانب منه في ذاكرة الكمبيوتر، والبعض على الشاشة، .. الخ.

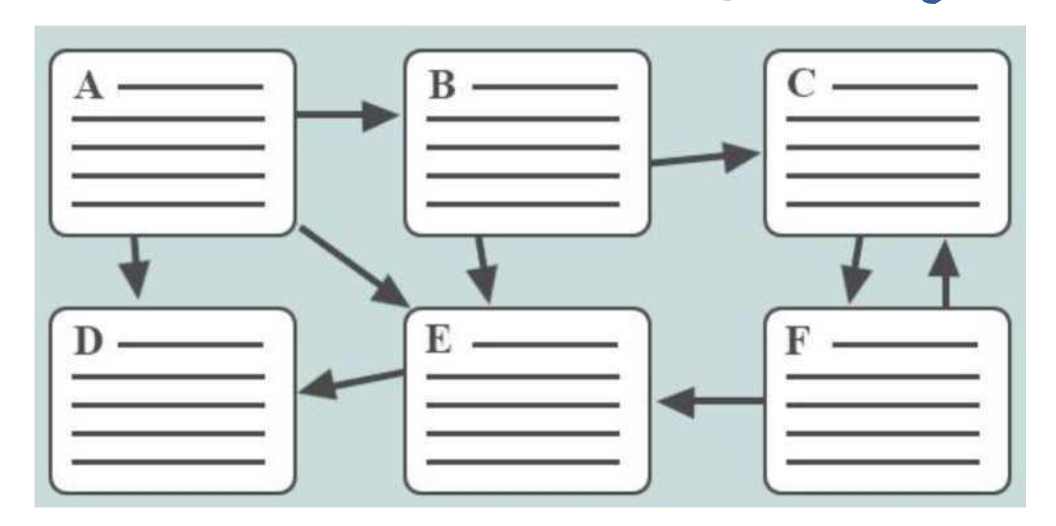
لذلك يمكن القول إن النص الفائق وثيقة مجردة وليست عالقة سندها المادي كما هو الحال في النص الورق، وتمنح هذه الصفة للنص ميزة خاصة، تتمثل في سعة الانتشار بحيث يمكن للعديد من الأشخاص أن يتعاملوا بشكل متزامن مع النص الفائق المنشور على شبكة الإنترنت.

تعدد الوسائط:

يستثمر النص الفائق كل الإمكانيات والبرامج التي يوفرهاالحاسوب وشبكة الإنترنت، وهي إمكانيات تخضع للتطور المستمر، وتتراوح عموماً بين أنواع الخط المختلفة الأشكال، والصور الثابتة والمتحركة، والأصوات الحية وغير الحية، والأشكال الجرافيكية، والألوان المختلفة.

وهذا التنوع في الوسائط لايوازيه إلا التعدد في عرض وجهات النظر التي يمكن أن تقدم حول موضوع واحد بحيث يمكن للقارئ أن يستوعب المفاهيم والموضوعات من منظورات ومواقف متباينة.

رابعاً: أنواع النص الفائق



يلاحظ كلاً من ليو ولاندو Leão & Landow أن هناك نوعين مختلفين من هياكل النص التشعبي:[1]

النوع الأول: أقل تعقيداً، ويسمى الشجري Arboreal على غرار الأشجار التي لها محور مركزي.

النوع الثاني: مع درجة أكبر من التعقيد والتي يتم تنظيمها في شبكة.

النوع الأول من الهيكل سيكون كتاب رقمي، في حين أن الثاني يستحضر فكرة الشبكات المترابطة.

ينقسم النص المتشعب بحسب استخدامه إلى ثلاثة أنواع: [2]

1. **النص المتشعب الداخلي**: وهو الذي يحيل المتصفح للإنترنت إلى نص آخر موجود على الصفحة ذاتها، فيساعده بالوصول إلى بداية الصفحة ويسمى هذا النص عامة Top Page أو يساعده بالوصول إلى نهاية الصفحة ويسمى هذا النص End Page.
2. **النص المتشعب الخارجي**: وهو الذي يحيل المتصفح للإنترنت إلى صفحة أخرى موجودة على موقع آخر خارجي خلاف الموقع الأساسي الذي يتصفحه القارئ، ويتميز هذا النوع بقدرته على إعطاء القارئ معلومات إضافية عن الموضوع الذي يقرأه.
3. **النص المتشعب الوسيط**: الذي يحيل المتصفح إلى موضوعات داخل الموقع ولكن داخل صفحات أخرى من الموقع، وقد انبثق عن هذ المصطلح مصطلح آخر هو الربط المتشعب، وهو أعم من مصطلح النص المتشعب، والذي يعني أن المستخدم اذا ما ضغط على صورة أو نص أو رسم أو شكل يحيله إلى صفة أخرى أو إلى موقع آخر خلاف الموقع الأساسي الذي هو بصدده.

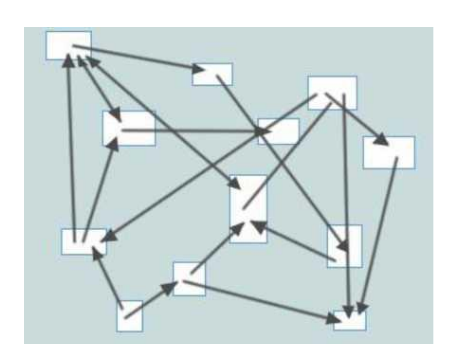
وهناك عوامل هامة يجب مراعاتها في أثناء الاستعانة بالنصوص الفائقة منها: [3]

---

[1] - Palacios, Marcos. Díaz Noci, Javier. (eds).Online Journalism Research Methods. A multidisciplinary Approach in Comparative Perspective, Op. Cit. p. 75.

[2] - كنعان، علي، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، مرجع سابق، ص 113.

[3]- أبو راس، منير.(2012). **تصميم وإخراج المواقع الإلكترونية**. استرجع بتاريخ 23-6-2017 من:



1. **يجب أن تتمتع النصوص بالقبول:** وهي قدرة القارئ على أن يستخلص من النص ما يريده، وتقاس القابلية بسرعة قراءة النص، وبذلك يجب أن يصمم النص بطريقة تساعد المتعلم على استخلاص الهدف الرئيس مما هو مكتوب بسهولة وسرعة.
2. **يجب أن تتميز النصوص الفائقة بالانقرائية:** وهي قدرة المتعلم على تفسير العلاقات بين الجمل والنصوص وسهولة فهمها واستيعابها واستدعاءها بسهولة، وتقاس بمقدار السهولة وراحة العين عبر فترة من القراءة المستمرة، وبذلك ينبغي أن تكون عبارات النص واضحة تساعد على فهم ما وراء هذه النصوص بسهولة.
3. يجب أن تحتوي الشاشة على قدر قليل من النص، حيث أن السطور الأقل تتطلب حركة أقل للعين في القراءة.
4. تجنب الخطوط غير المألوفة والمزخرفة حتى يسهل قراءتها بسرعة.
5. زيادة قيمة التباين اللوني بين النص والخلفية قدر الإمكان.
6. اختيار نوع الخط المناسب الذي يساعد على توصيل الرسالة أو يوحي بمحتوى هذه الرسالة كلما أمكن ذلك.
7. مراعاة تثبيت حجم الخطوط لكل من العناوين الرئيسة والفرعية والنص ذاته، مع مراعاة تثبيت ألوان هذه النصوص والعناوين أيضاً.
8. تمييز النص المتشعب بعمل تلميحات بلون مخالف أو بوضع خط تحت الكلمة أو النص الفائق مع مراعاة تثبيت ذلك التلميح طوال فترة عرض البرنامج.
9. ضبط المسافات بين السطور ومحاذاتها حتى تكون في شكل منسق ومقبول.
10. استخدام الألوان المناسبة وحجم الخط المناسب للنصوص والتي تناسب المرحلة العمرية التي صمم لها البرنامج.

إن تشكيل النصوص الفائقة في المواقع الإعلامية ليست بالمهمة السهلة إذ تقع على عاتق المحرر الإلكتروني تقرير: [1]

- ◊ ما الروابط التي يجب أن تظهر على المكونات؟
- ◊ كيف ستبدو الروابط؟ هل تحتها خط أم لا؟
- ◊ ما هي الكلمات التي سيتم استخدامها؟
- ◊ هل سيتم تضمين الروابط ضمن الفقرات أو المدرجة بشكل منفصل؟
- ◊ إذا كانت المكونات لها عناوين وعناوين متميزة، فما هي علاقة نص الرابط بتلك؟

---

site.iugaza.edu.ps/jdalou/files/2012.بحث-تصميم-وإخراج-الصحافة-الالكترونية/.../doc

[1] - McAdams, Mindy. Berger, Stephanie. (2001).Hypertext. Retrieved 27-6-2017. Available: http://quod.lib.umich.edu/j/jep/3336451.0006.301?view=text;rgn=main

خامساً: وظائف النص الفائق في التحرير الإلكتروني



إن استخدام النص الفائق في التحرير الإلكتروني يتميز عن استخدام النص العادي في الصحافة المطبوعة إذ لا قيود في الفضاء، وهناك إمكانية لتقديم مجموعة متنوعة من المعلومات ووجهات النظر بما يسهّل الفهم، بالإضافة إلى أنه لا مواعيد محددة للنشر مع إمكانية الوصول المباشر إلى المصادر، ووضع السياق للأخبار العاجلة، والاستهداف المتزامن لمجموعات مختلفة من القراء.

وتتبلور وظائف النص الفائق في التحرير الإلكتروني بالوظائف الأساسية الآتية: [1]

1. تمثل الارتباطات التشعبية الآلية الأساسية للتفاعل على الويب، فالصحافة التقليدية توجه القارئ من خلال سرد خطي بينما الصحفي على الانترنت يتيح للقراء أن يصبحوا مشاركين، من خلال نقرهم لروابط تشعبية من الصفحات.
2. ربط العناصر المختلفة لعمل مطول ومعقد.
3. إدخال وجهات نظر متعددة.
4. إضافة العمق والتفاصيل.

يمكن للنصوص الفائقة أن تزود بمستويات مختلفة من العمق للمادة الإعلامية: البعض منها بشكل سريع يختصر أهم الحقائق، بينما بعضها الآخر يعطي تفاصيل لما حدث، إذ تحولت وظيفة الكتابة والتقارير من توصيل المحتوى إلى تطوير المعلومات وتصميمها. [2]

كما يؤدي النص الفائق الوظائف المكملة الآتية:[3]

1. يلخص النص الفائق المعلومات في مستويات مختلفة للمساعد في تحميل الصفحات.
2. يقدم النص الفائق المعلومات وفقاً لاحتياجات القارئ.
3. يعرض النص الفائق عدداً من التقنيات المرئية والمسموعة والتي تستخدم لتحسين النص.
4. يقوم النص الفائق عدداً من التقنيات المرئية والمسموعة والتي تستخدم لتحسين فهم النص.
5. يعتمد النص الفائق في عمله على الرابط الذي يعمل على ربط المستخدم بجميع وحدات التخزين المتصلة بالشبكات وشبكة الإنترنت.

---

[1] - Steensen, Steen.(2010). **Online Journalism and the Promises of New Technology A critical review and look ahead**, p. 3. Retrieved 28-6-2017. Available: https://oda.hioa.no/en/online-journalism.../512648post.pdf

[2] - Domingo, David. (2006). **Inventing online journalism – Development of the Internet as a News Medium in Four Catalan Online Newsrooms**, p 68-72. Retrieved 28-6-2017. Available: https://pdfs.semanticscholar.org/.../e0b8a1d8492bf349a633cd4487fb.

[3]- كنعان، علي. الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، مرجع سابق، ص 113.

سادساً: فوائد النص الفائق في التحرير الإلكتروني

يقدم النص الفائق عدداً من الفوائد في مجال التحرير الإلكتروني :[1]

تأكيد وتوسيع التناصية:

وضع مجموعة لا حصر لها من النصوص المترابطة، يمكن ربط ليس فقط الأخبار ذات الصلة المتبادلة، ولكن أيضاً ربط محتوياتها مع مواقع أخرى في شبكة الإنترنت، مع أرشيف الصحيفة، مع وثائق مباشرة، أو مع مصادر أخرى للمعلومات.

تقديم أشكال أخرى غير مستكشفة والوصول إلى المحتويات والملاحة واسترجاع المعلومات:

وتشمل الملاحة الاستكشاف وتجميع المعلومات التي يمكن أن تكون مثيرة للاهتمام، والاختيار من بين الاحتمالات التي يسمح بها تصميم النص الفائق والاسترجاع يتضمن البحث عن بيانات محددة والمعلومات التي يريدها القارئ.

تعزيز التفاعل:

النص الفائق هو النسيج غير الرسمي للتفاعل، ما يسمح بتعزيز التفاعل مع محتويات (التفاعل الانتقائي)/ وكذلك مع الأفراد الآخرين (التواصل التفاعلي).

سابعاً: التحرير الإلكتروني وفق النص الفائق

إن استخدام النصوص المتشعبة في المواقع الإعلامية الالكترونية سوغ لعدة أسباب كالمساحة الكتابية اللانهائية وإمكانية التحديث بشكل سريع ومريح مع سهولة الوصول إلى المعلومات ذات الصلة بالموضوعات المنشورة.

وتوجد مجموعة من القواعد تتعلق بتوظيف النص الفائق في التحرير الإلكتروني: [2]

1. التركيز على مفهوم الموجز Brake في الكتابة والعرض الأولي للأخبار أو القصص، مع إعطاء مساحة كافية للارتباطات والوصلات التي تسمح للمتلقي بحرية الاختيار والتجول بين الأجزاء المتعددة.
2. تقسيم الموضوعات إلى مقاطع أو أجزاء Shunks – Segmennts ذات وصلات يختار منها المتلقي ما يتفق مع اهتمامه وتفضيله.

---

[1] - Rost, Alejandro. The concept of hypertext in digital journalism, Op. Cit. p.6.

[2] - غازي، خالد. الصحافة الإلكترونية- الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح، مرجع سابق، ص 243-244.

3. تجنب الكتابة الخطية Linear للمتلقي، حيث إن هذا من خصائص الصحافة التقليدية، بينما تسمح الكتابة غير الخطية Non– Linear للمتلقي بالمشاركة في اختيار الوصلات والروابط، حيث يميل القارئ إلى أن يكتشف بنفسه العلاقات بين الأجزاء والمقالات المرتبطة.
4. يفضل التجزئة إلى بناءات مستقلة في حالات السرد Narrative التي تتطلبها القصص الطويلة التي تستند في تغطية الحوادث والوقائع ذات الطابع الدرامي، ويُراعى في كتابتها عدم الإطالة واستخدام أدوات الربط بينها مع ترك النهايات مفتوحة لتوفير حرية القارئ في المتابعة أو الاكتفاء بالأجزاء أو الأقسام التي قرأها.
5. أن تكتب للمتلقي ولا تكتب إليه، كما لو كان بجوارك تحدثه ويناقشك، مع مراعاة توفير هذه العلاقة في أدوات التفاعل والاتصال.
6. الكتابة لملايين المتلقين، أنت لا تكتب على المستوى المحلي لكن الكتابة تكون لملايين المتلقين المتصلين بالشبكة، لذلك يضع المحرر في اعتباره تعدد الاهتمامات والميول عند كتابة القصة واستخدام الوسائل وتصميم الوصلات والروابط المتعددة.
7. البحث في أنماط أخرى للكتابة الخبرية، مع إتاحة الأدوات الخاصة بالانتقال إلى باقي القصة في الصفحات أو الشاشات التالية.
8. تدعيم التفاعلية في الكتابة بطرح الأسئلة واستثارة المتلقي للإجابة عنها، أول الوصول إلى إجاباتها على الروابط الأخرى.
9. تحفيز المتلقي على التفاعل والاتصال بالصحيفة أو المحرر أو المسئول من خلال طرح الأسئلة، وطلب التعليقات أو التصويت على الموضوعات أو الوقائع المنشورة، والاهتمام بتوضيح طرق الاتصال على الشبكة وأدواتها.
10. المتابعة القائمة على التحديث الفوري للأخبار والقصص السابق نشرها على الموقع، فهذا ما ينتظره المتلقي دائماً.

ثامناً: قرّاء النص الفائق

ليست الروابط/ الإحالات التي تتيحها تقنية النص الفائق مجرد زخرفة شكلية وإخراجية أو استعراضاً لإمكانيات التكنولوجيا، إنها آلية لإنتاج المعنى تعيد تشكيل النص برمته بإضافة مستويات جديدة من الدلالة توسع مجال النص إلى مالا نهاية، بل هي تجدد التلقي عبر إعادة تشكيل فعل القراءة، إذ تسمح تقنية النص المتشعب بالحركة النشطة الإرادية للمستخدم من نص لآخر وفق مسارات لا يمكن التنبؤ بها، تتحول القراءة إلى عملية توليف فريدة لنصوص ووسائط متناثرة قد لا تكون لها علاقة بمفهوم التعرض (Exposure). [1]

ويجب أن يوضع في الاعتبار أن القارئ/ المتلقي الرقمي هو نوع جديد من القارئ يصل إلى المعلومات التي تعرض على الشاشة بطريقة مختلفة عن تلك التي يتلقاها المتلقي التقليدي.

---

[1] - الحمامي، الصادق. (2009). تجديد الإعلام- مناقشة حول هوية الصحافة الإلكترونية، **المجلة العربي للعلوم والاتصال**، العددالخامس، ص 17.

ويقترح إيتالوكالفينو Italo Calvino نموذجين من قراء النصوص الفائقة:[1]

1. **نموذج قارئ المستوى الأول:**
يحاول قارئ هذا المستوى بكل الطرق الممكنة فهم المتاهة التي كثيراً ما يشكلها النص، وهذا ما وصفته ليسيا كالفي Licia Calvi "تعددية السرد"، ضاربة مثالاً كالبحث من خلال واجهات المستخدم هو شكل نموذجي للملاحة من خلال الهياكل التشعبية المعقدة.
2. **نموذج قارئ المستوى الثاني:**
يهدف قارئ هذا المستوى إلى فهم المتاهة في حد ذاتها، مساراتها وهياكلها، كالقارئ الذي يتنقل بمرونة وأسلوب غير خطي من الوسائط الفائقة في الفضاء السيبراني (شبكة الإنترنت).

كما يتحدث سانتايلا Santaella عن تطور ثلاثة أنواع من القراء:[2]

1. **القارئ التأملي**: في عصر ما قبل العصر الصناعي، الموافق لثقافة الكتاب.
2. **القارئ الديناميكي**: لعالم هجين ومجزأ وعاجل، يتعرض إلى العديد من الإشارات، الموافق للثقافة الحضرية والجريدة.
3. **قارئ المساحات الافتراضية**: قارئ مغمور، يجمع العديد من الحواس في عملية القراءة، لايقرأ فقط ولكن أيضاً يبحث ويحاول حل المشاكل.
ومن الملاحظ أن النوع الثالث من القراء التي ذكرها سانتايلا Santaella تنطبق على قارئ النص الفائق الذي يندفع لإشباع حاجاته من المعلومات بالانتقال بين النصوص والصفحات الإلكترونية.

وغالبا ما يطرح سؤال: هل يمكن لمصممي النص التشعبي إنشاء مسارات مناسبة للقراء؟ وتأتي الإجابة بأن "إنشاء مثل هذه المسارات بالكاد يكون مهمة واضحة،فعوامل مختلفة تؤثر على مصمم أي نص فائق معين تتضمن خصوصيات المصمم، وحساسيته إلى احتياجات القراء، ونوع النص الذي يتم تضمينه في الشبكة، والخيارات التي يسمح بها نظام النص التشعبي نفسه، كما أن هناك مسارات تتعلق بالقراء تتضمن المعرفة السابقة للقارئ بالمجال، وأهداف القارئ من القراءة، وأسلوب تعلم القارئ، وطبيعة المعلومات نفسها.[3]

ومع ذلك يُحذر من كثرة وجود الارتباطات التشعبية التي تسبب الزائد المعرفي، والأكثر صعوبة عندما "لم يعد المستخدم يعرف أين هو وكيف يرغب بالعثور على المعلومات، وقد يظهر شعور بالضياع في الفضاء السيبراني". [4]

وينصح بعض الخبراء بأن "يتبع صانعو النصوص الفائقة قواعد محددة، وأن يقدموا هياكل أو حتى خرائط للمساعدة على تجنب ضياع المستخدمين، وعلى صعيد آخر، كما أن الابتعاد عن الهياكل

---

[1]- Palacios, Marcos. Díaz Noci, Javier.(eds). Online Journalism Research Methods. A multidisciplinary Approach in Comparative Perspective. Op. Cit. p. 84.
[2] - Ibid, p.84.
[3] - Charney, Davida. The Impact of Hypertext on Processes of Reading and Writing, Op. Cit. p. 30-31.
[4] - Opgenhaffen, Michaël. d'Haenens, Leen d'Haenen. The Impact of Online News Features on Learning from News: A Knowledge Experiment, Op. Cit .p 12.

الصارمة جزء من عمل النص الفائق، ذلك لأن غاية ما يبتغيه مؤلف النص الفائق هو أن يقدم مجموعة من الخبرات إلى جانب بعض الهياكل". [1]

الخلاصة

تتناول الوحدة دور النّص الفائق في التحرير الإلكتروني وتبدأ بمقدمة عن ظهور مفهوم النص الفائق حيث تحول النص في شبكة الإنترنت من نص عادي إلى نص فائق بعد إضافة الروابط إليه.

ثم تستعرض مجموعة تعاريف للنص الفائق والمعاني التي يقدمها وتقارن بين وظائفه ووظائف الذاكرة البشرية، وخصائص النص الفائق وأنواعه، والعوامل الواجب مراعاتها في أثناء الاستعانة بالنصوص الفائقة ودور المحرر الإلكتروني في تشكيل هذه النصوص في المواقع الإلكترونية، ووظائف النص الفائق الأساسية والمكملة في التحرير الإلكتروني، وفوائد النص الفائق في التحرير الإلكتروني.

وتسرد مجموعة من القواعد المتعلقة بتوظيف النص الفائق في التحرير الإلكتروني كما تطرقنا في هذه الوحدة لقرّاء النص الفائق ومستوياتهم وتصميم النص الفائق وفق مسارات مناسبة للقراء.

---

[1] - نصر، حسني. (2015).**اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة- دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة**.مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكالات المنهجية، الرياض 10-11 آذار 2015. ص 15.

المراجع:

1. كنعان، علي. الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية
2. التميمي، أسد الدين. (2014). مصطلحات الانترنت والحاسوب. (ط.1).عمان: دار أسامة.
3. فرطاس، نعيمة. (2014). تكنولوجيا الهايبرتكست Hypertexte (النص المترابط) بين الإعلام الآلي ونظرية النص. مجلة كلية الآداب واللغات، الجزائر، العدد 16.
4. اللبان، شريف. الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد.
5. مريني، محمد. (2015). النص الرقمي وإبداعات النقل المعرفي. (ط.1). الشارقة: دار الثقافة والإعلام.
6. غازي، خالد. الصحافة الإلكترونية- الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح.
7. الحمامي، الصادق. (2009). تجديد الإعلام- مناقشة حول هوية الصحافة الإلكترونية، المجلة العربي للعلوم والاتصال، العددالخامس.
8. نصر، حسني. (2015). اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة- دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة. مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكالات المنهجية، الرياض 10-11 آذار 2015.

9. Rost, Alejandro. (2002). the Concept of Hypertext in Digital Journalism, 23 Conference and General Assembly AMCR/AIECS/AIERI International Association for Media and Communication Research Communication Technology Policy (CTP) Section, Barcelona, 21-26 of July 2002.
10. Li, Ze-Nian. Drew. Mark. (2004). Fundamentals of Multimedia. (1st, Ed). New Jersey: Pearson Education, Inc.
11. Rost, Alejandro. (2002). the Concept of Hypertext in Digital Journalism.
12. Cowart, Holly. (2011).Hypertext Narrative, and the Future of News Writing. Master Thesis. University of Tennessee .Chattanooga.
13. Palacios, Marcos. Díaz Noci, Javier. (eds). (2009). Online Journalism Research Methods. A Multidisciplinary Approach in Comparative Perspective. (1st .ed). Bilbao: Universidad del Pais Vasco.
14. Zerba, Amy. (2004). Redefining Multimedia Toward a More Packaged Journalism Online. Fifth International Symposium on Online Journalism at the University of Texas at Austin April 16-17.
15. Charney, Davida. (2005).The Impact of Hypertext on Processes of Reading and Writing. Paper for the Proceedings of the 3rd International Conference on Communication and Reality titled "Digital Utopia in the Media: from Discourses to Facts. A Balance". May 20-21, 2005, Barcelona, Spain.
16. Opgenhaffen, Michaël. d'Haenens, Leen d'Haenen. The Impact of Online News Features on Learning from News: A Knowledge Experiment. International Journal of Internet Science, 6(1).

17. Palacios, Marcos. Díaz Noci, Javier. (eds).Online Journalism Research Methods. A multidisciplinary Approach in Comparative Perspective.
18. McAdams, Mindy. Berger, Stephanie. (2001).Hypertext. Retrieved 27-6-2017. Available: http://quod.lib.umich.edu/j/jep/3336451.0006.301?view=text;rgn=main.
19. Steensen, Steen. (2010). Online Journalism and the Promises of New Technology A critical review and look ahead, p. 3. Retrieved 28-6-2017. Available: https://oda.hioa.no/en/online-journalism.../512648post.pdf.
20. Domingo, David. (2006). Inventing online journalism – Development of the Internet as a News Medium in Four Catalan Online Newsrooms, p 68-72. Retrieved 28-6-2017. Available: https://pdfs.semanticscholar.org/.../e0b8a1d8492bf349a633cd4487fb.
21. Rost, Alejandro. The concept of hypertext in digital journalism, Op. Cit.
22. Palacios, Marcos. Díaz Noci, Javier. (eds). Online Journalism Research Methods. A multidisciplinary Approach in Comparative Perspective.
23. Charney, Davida. The Impact of Hypertext on Processes of Reading and Writing.
24. Opgenhaffen, Michaël. d'Haenens, Leen d'Haenen. The Impact of Online News Features on Learning from News: A Knowledge Experiment.

التمارين:

أجب عن الأسئلة التالية:

اذكرأحد تعاريف النص الفائق.

ما خصائص النص الفائق؟

ما أنواع النص الفائق حسب استخدامه؟

عدد الوظائف الأساسية للنص الفائق في التحرير الإلكتروني.

اذكر القواعد المتعلقة بتوظيف النص الفائق في التحرير الإلكتروني.

ضع إشارة (صح√ أو خطأ X) أمام العبارات الآتية:

1. النص المتشعب الداخلي يحيل المتصفح للإنترنت إلى نص آخر موجود على الصفحة ذاتها. صح
2. يحبذ كثرة الخطوط غير المألوفة والمزخرفة في النصوص الفائقة. خطأ
3. القارئ الديناميكي يجمع العديد من الحواس فهو لا يقرأ فقط ولكن أيضاً يبحث ويحاول حل المشاكل. خطأ
4. كثرة وجود الارتباطات التشعبية في النص الإلكتروني تسبب الزائد المعرفي. صح

ضع خطاً تحت الإجابة الصحيحة:

1. يقصد بالنص الفائق القراءة بشكل **(خطي / <u>غير خطي</u>)** باتباع الروابط التي تشير إلى أجزاء أخرى من الوثيقة أو إلى وثائق أخرى.
2. وظيفة الكتابة والتقارير في النصوص الفائقة من **(<u>توصيل المحتوى</u> / تطوير المعلومات وتصميمها** إلى **(<u>تطوير المعلومات وتصميمها</u> / توصيل المحتوى)**.

الوحدة التعليمية الخامسة

الوسائط المتعدّدة والتّحرير الإلكتروني

الوحدة الخامسة: الوسائط المتعدّدة والتّحرير الإلكتروني

- مقدّمة.
- تعريف الوسائط المتعددة
- عناصر الوسائط المتعددة
- أنواع الوسائط المتعددة ومكوّناتها
- خصائص الوسائط المتعددة في المواقع الإعلامية
- ميزات الوسائط المتعددة في التحرير الإلكتروني
- معايير الجودة للتحرير الإلكتروني باستخدام للوسائط المتعددة

الأهداف التعليمية:

بعد دارسة هذه الوحدة التعليمية يجب أن يكون الطالب قادراً على أن:

1. يعرف الوسائط المتعددة
2. يعدد عناصر الوسائط المتعددة
3. يشرح أنواع الوسائط المتعددة ومكوّناتها
4. يبين خصائص الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية الإعلامية
5. يعرف ميزات الوسائط المتعددة في التحرير الإلكتروني
6. يتعلم معايير جودة التحرير الإلكتروني باستخدام للوسائط المتعددة

أولاً: مقدّمة



إذا كانت الصحافة المطبوعة توفر النصوص المكتوبة والإذاعة تقدم الصوت والتلفزيون يتيح الصوت والصورة معاً، فإن الصحافة الإلكترونية تقدم هذه المزايا مع بعضها البعض لنشر مواد إعلامية متكاملة ومترابطة، ويعود ذلك إلى أن "أداوت ممارسة الصحافة الإلكترونية تعتمد بالأساس على التعامل مع المحتوى المخزن رقمياً الذي يتم فيه جمع وتخزين وبث جميع أشكال المعلومات ويعتبرها ذات طبيعة واحدة بغض النظر عما إذا كانت صوتاً أو صورة أو نص، ومن ثم يجعل من السهل أن تضع ملفاً رقمياً على حاسب أو على موقع بالإنترنت بداخله نص أو صوت أو صورة". [1]

لقد ظهرت في نهاية القرن الماضي وسائل جديدة تقوم على أساس مشاركة المتلقي وإبرازها وهي الوسائط المتعددة Multimedia التي "تمزج خدمات الهاتف والتلفزيون والحاسب الآلي والصور المتحركة مع الصوت والنص المكتوب والمعطيات الرقمية مع توفر إمكانية تفاعلها مع هذه العناصر". [2]

وأطلقت وكالة أنباء الأسوشييتد برس الأمريكية Associated Press في بداية عام 2000 م الأخبار الجارية مقدمة محتوى الوسائط المتعددة، وبعد أشهر أطلقت صحيفة إنترناشيونال هيرالد تريبيون International Herald Tribune موقعها الجديد الذي سمح للمستخدمين بالانتقال في الصفحة وتخزين العناوين لعرضها في وقت لاحق، وإدخال التعديل وتطبيق التفاعل.[3]

وظلت المواقع الإعلامية على الإنترنت تتقدم إلى أن استحضرت تقنيات الإذاعة الصوتية والتلفزيون المرئي حينما بدأت تقدم خدمات إخبارية بالنص والصورة والصوت من خلال الوسائط المتعددة

---

[1] - كنعان، علي. الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، مرجع سابق، ص 27.

[2] - الدليمي، عبد الرزاق. (2010). إشكاليات تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الصحافة " بحث استطلاعي نحو تأثير التكنولوجيا الحديثة على الصحافة.**المجلة العراقية للمعلومات**، المجلد 11، العدد 1و2، ص 27.

[3]-Siapera, Eugenia. Veglis, Andreas. **The Handbook of Global Online Journalism**. (1st .ed). Oxford: A John Wiley & Sons, Ltd. p. 5.

Multimedia، فخرجت بشكل ومضمون ووظائف إعلامية متعددة ومتداخلة وبلاحدود ثابتة أو واضحة بين الكثير منها". [4]

ثانياً: تعريف الوسائط المتعددة

تطور مفهوم الوسائط المتعددة Multimedia مع إدخال تكنولوجيا القرن الحادي والعشرين وأدوات جمع الأخبار ونشرها بشكل غير مقيد مع توافر خيارات متعددة شاملة عبر شبكة الانترنت.

وتعد "عبارة الوسائط المتعددة أكثر العبارات جدلاً من حيث المفهوم والتعريف، والملاحظ أن هنالك تبايناً في مفهوم ودلالات مصطلح الوسائط المتعددة حيث تذخر الأدبيات والمراجع بالعديد من المسميات للوسائط المتعددة، أحياناً يطلق عليها الوسائط المتعددة وتارة الإعلام الجديد، وأخرى الوسائط المتكاملة، والوسائط الفائقة والوسائط المتعددة التفاعلية، والوسائط الجديدة والوسائط المتكاملة، والعديد من المفاهيم والتعريفات التي تتفق في معظمها على استخدام أكثر من وسيط تواصلي واحد فيصياغة الرسالة، وفي استخدام الحاسوب وبرمجياته في القيام بعملية مزج الوسائط". [5]

ويرى كوثر وساكيين **Kother & Saxyen** أنه لا يوجد تعريف ثابت للـ Multimedia وأن المصطلح أصله لاتيني من كلمتين الأولى Multus وهي تعني Many أو متعدد وكلمة Medium وهي كذلك في اللغة الإنكليزية وتعني وسيط، وذلك عبر عرض وتكامل أنواع مختلفة من عناصر الوسائط لعرض محتوى يُعبر مصطلح Medium إلى أشكال مختلفة للقنوات الإخراجية من الحاسوب الذي يقدم المعلومات للمستخدم مشيراً إلى حواسه مثل البصر والسمعواللمس وحتى الذوق والرائحة. [6]

ووفقاً لقاموس أكسفورد الأمريكي مصطلح الوسائط المتعددة Multimedia يشير إلى: [7]

1- استخدام مجموعة متنوعة من وسائل الإعلام الفنية أو التواصلية.

2- امتداد للنص التشعبي يتيح توفير المواد السمعية والبصرية من خلال الرجوع إلى نص الكمبيوتر.

---

[4] - أبو الحمام، عزام. (2011). تأثير العوامل السياسية والاجتماعية والاقتصادية على صحافة الانترنت العربية: من وجهة نظر المحررين.**رسالة ماجستير**. جامعة الشرق الأوسط، عمان، ص 55.

[5]- خليل، صفاء. (2016). الوسائط المتعددة ودورها فى تطوير الممارسة الصحفية - دراسة تطبيقية على عينة من الصحف السودانية في الفترة من عام 2012 – 2015 م. **رسالة دكتوراة**. جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، ص 81.

6- الخاتم، هاشم. (2015).الكفايات المطلوبة لدى اختصاصي الاتصال لإنتاج الوسائط المتعددة. **رسالة ماجستير**. جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، ص 17.

[7] - **Oxford Dictionary**. Retrieved 2-6-2017. Available: https://en.oxforddictionaries.com/definition/multimedia

ويعرف تي فوجان T.Vaughan الوسائط المتعددة بأنها: "تكوين من النصوص والرسوم الفنية والصوت والرسوم المتحركة والفيديو عن طريق الكمبيوتر أو أية وسيلة إلكترونية أخرى". [8]

ويشير قاسم أكينريتي Qasim Akinreti إلى أن "الوسائط المتعددة كمفهوم يستوعب معالجة النصوص والصوت والمرئيات والرسومات في وسط واحد لمختلف الأشخاص في نفس الوقت، وقوة الوسائط المتعددة هي الفرصة المتاحة للناس للتفاعل مع هذه المكونات برضاهم، وبشكل موجز، جاء مصطلح الوسائط المتعددة مع إدخال الكمبيوتر والإنترنت في الصحافة". [9]

وجاء تعريف كلاًمن خالد زعموم والسعيد بومعيزة للوسائط المتعددة بأنها: "استخدام ضمن برامج الكمبيوتر النصوص والجداول والرسوم البيانية والصور واللون والحركة والرسوم المتحركة والصوت والفيديو بشكل متفاعل وبطريقة متناسقة بهدف تقديم مضمون إعلامي قادر على تلبية رغبات الجمهور الإعلامي".[10]

كما يعرف نبيلعزمي الوسائط المتعددة بأنها "برامج الكومبيوتر التي تتكامل فيها عدة وسائط للاتصال مثل النصوالصوت والموسيقى والصور الثابتة والمتحركة والرسوم الثابتة والمتحركةوالتييتعامل معها المستخدم بشكل تفاعلي".[11]

ويعلق إيونيس ديليانيس Ioannis Deliyannis بأنه يتم استخدام الوسائط المتعددة اليوم لتحديد مساحة واسعة للغاية تشمل مجالاتالمعلوماتية، والاتصالات السلكية واللاسلكية، وقطاع الإنتاج السمعي البصري، والسينما والإعلام الرقمي.[12]

كما تتألف الوسائط المتعددة من مجموعة واسعة من المواضيع مثل:[13]

---

[8] - عزمي، نبيل. (2011). **التصميم التعليمي للوسائط المتعددة**. (ط.1) المنيا: دار الهدى، ص 9.

[9] - Ganiyu, Mudathir. Akinreti, Qasim. The Secrets of Multimedia and Online Journalism, Op. Cit. p.2.

[10] - زعموم، خالد. بومعيزة، السعيد. (2007). التفاعلية في الإذاعة: أشكالها ووسائلها. **سلسلة بحوث ودراسات إذاعية**، العدد 61، تونس، ص 55.

[11] - عزمي، نبيل. التصميم التعليمي للوسائط المتعددة، مرجع سابق، ص 10.

[12] - Deliyannis, Ioannis. (2012).**From Interactive to Experimental Multimedia**. P .5. Retrieved 25-6-2017. Available. www.ionio.gr/~yiannis/publications/editedchapter.pdf

[13] - Li, Ze-Nian. Drew, Mark. (2004). Fundamentals of Multimedia, Op. Cit. p. 4.

1. **معالجة الوسائط المتعددة وترميزها:** تشمل تحليل محتوى الوسائط المتعددة، واسترجاع الوسائط المتعددة المستندة إلى المحتوى، وأمن الوسائط المتعددة، ومعالجة الصوت / الصورة / الفيديو، والضغط، وغير ذلك.
2. **دعم نظام الوسائط المتعددة والشبكات:** مواضيع مثل الشبكة والبروتوكولات، والإنترنت، وأنظمة التشغيل، والخوادم والعملاء، وجودة الخدمة، وقواعد البيانات.
3. **أدوات الوسائط المتعددة وأنظمة النهاية والتطبيقات:** وتشمل هذه الأنظمة هايبر ميديا Hypermedia، واجهات المستخدم، وأنظمة التأليف، والتفاعل المتعدد الوسائط، والتكامل "الوجود"، تعليم متعدد الوسائط والتعلم التعاوني والتصميم، وتطبيقات البيئات الافتراضية.

وعلى الرغم من اعتقادات باحثين أن تاريخ الوسائط المتعددة لها جذور في التاريخ عند استخدام الصور مع النصوص في الكتابة على الألواح والصخور، إلا أن مفهوم الوسائط المتعددة ينظر إليه كمزج قوي للنص والرسوم والصور والفيديو بواسطة الحاسوب.

ويمكن تلخي صمراحل تاريخ تطوّر مفهوم الوسائط المتعددة فيما يلي:[14]

المرحلة الأولى:

بدأت من نهاية الأربعينيات في القرن الفائت حيث بدأ العلماء في تسويق الطباعة ونقل المعلوماتعبر استخدام الوسائط غير المحدودة بواسطة إشارات/ شفرات موريس•وتتمثل في أخذ الصور لصفحات المراجع والمجلدات وتصغيرها وتخزينها على أفلام صغيرة وفي صناعة آلات طابعة عبر استخدام الصوت البشري.

المرحلة الثانية:

بدأت في الستينيات من القرن الفائت بملامح الوسائط المتعددة التي ظهرت باستخدام الحاسب وصناعة الطابعات ذات القدرة على رسم الخطوط والدوائر الهندسية Computer and Graphics .

---

[14]- خليل، صفاء. الوسائط المتعددة ودورها في تطوير الممارسة الصحفية- دراسة تطبيقية على عينة من الصحف السودانية في الفترة من 2012-2015 م، مرجع سابق، ص 92- 93.

•**إشارات / شفرة مورس**: صنعها صموئيل موريس في عام 1840 م، وهي شفرة حرفية من أجل إرسال المعلومات التلغرافية، باستخدام تتابعات قياسية من عناصر طويلة وقصيرة تعبر عن الحروف والأرقام والعلامات والحروف الخاصة الموجودة في الرسالة.

المرحلة الثالثة:

مرحلة النصوص المتشعبة Hyper Texts بدأت في نهاية الستينات من القرن الفائت وذلك بتطوير أول نظام لإنشاء ملفات النصوص المتشعبة من خلال ربط النصوص مع بعضها البعضلتسهيل الانتقال عند المعاينة.

المرحلة الرابعة:

مرحلة ظهور غرفة مشاهدة الحقيقة الوهمية Reality Virtual وبدأت في السبعينيات في عام 1978 م بمعامل الوسائط المتعددة بجامعة ميتشغان بالولايات المتحدة الأمريكية، حيث تنبأ العالِم نيكولاس نيجرونيتى بأن تكنولوجيا الإعلام والاتصالات من صحافة وإذاعة وتلفاز، سوف تتقارب كاتجاه جديد لتكنولوجيا الاتصالات مما يحتم وجود ذاكرة كبيرة ووسيلة تخزين لها القدرة على تحميل وتخزين أكبر قدر من المعلومات، وتطوير أجهزة الحاسوب حتى تتمكن من الربط بين تلك الوسائط وتخزينها والتعامل معها.

المرحلة الخامسة:

بدأت في عام 1984 م عندما أطلقت شركة أبل ماكنتوش Apple Macintosh جهاز أبل الذي يعد نقطة البداية للحاسب متعدد الوسائط، ويتسم بخاصية التكامل بين النصوص والرسوم وله سعة تخزينية عالية في الصوت والموسيقى.

وهكذا ظهر المفهوم الحديث للوسائط المتعددة في ثمانينيات القرن العشرين حيث ربط بين الوسائطالمتعددة والحاسب بوصفه أداة رئيسة لها عبر ميزتا التفاعلية والتكاملية.

ثالثاً: عناصر الوسائط المتعددة

تتألف الوسائط المتعددة من عدد من العناصر الأساسية:[15]

النص Text:

على الرغم من احتواء الانترنت على عناصر بنائية ذات مقدرة عالية على نقل المضمون إلى القارئ بيسر وسهولة إلا أن النص مازال في المركز الأول في اعتماد الصحف عليه في بنائها الشكلي والدلالي.

ويحتوي النص في بعض الفنون الصحفية عادة على العناوين والمقدمات والجسم، ولكل نوع من الثلاث قواعد تحكم حركته داخل البناء الشكلي للصحيفة والمتمثلة في الانقرائية.



الصورة Photo:

تكتسب الصور أهميتها من الوظائف التي تؤديها داخل البناء الشكلي للصحيفة، وذلك وفقا لاستخدامها داخل هذا البناء، وتتحكم دقة الصورة والألوان الموجودة بها في تحديد الصور المعروضة على الانترنت.

وهناك عدد كبير من أنواع الصور منها صور GIF وصور JPEG وصور PNG، وهذه أكثر أنواع الصور وجوداً على الإنترنت.

ويوجد نوعان من الصور:[16]

1. **الخرائط النقطية Bitmap:** يقصد بها الصور الفوتوغرافية أو الصور التوضيحية التي تحمل تدرجات لونية سواء كانت مرسومة بلون لواحد أو بألوان متعددة أو محاكاة للصور للفوتوغرافية وتتكون من نقاط صغيرة تسمى Pixel.

---

[15] - كنعان، علي. الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، مرجع سابق، ص 112-115.
[16]- الخاتم، هاشم. (2015).الكفايات المطلوبة لدى اختصاصي الاتصال لإنتاج الوسائط المتعددة، مرجع سابق، ص 21.

2. **الرسوم المتجهة Vector Shape:** عبارة عن خطوط أو أشكال هندسية مرتبطة بعلاقة رياضية عن طريق محور سيني وآخر صادي وعند الكتبير تفقد دقتها مثل الخرائط النقطية.



الصوت Voice:

على مُخرج الصحيفة الإلكترونية أن يدرك أنه لا يستطيع الوصول إلى دقة الصوت الأصلي، بما أن الصوت الأصلي ليس له نهاية لاتساع الموجات فإن الوصول إلى دقة الصوت الأصلي تعد ضرباً من المحال، وتتخذ ملفات الصوت على الإنترنت عدداً من الصيغ أهمها:

.(MP3- MP2-AIF.RAK-WMA-Wave-UNIX-SND) AU



الفيديو Video:

يجب أن يضع مخرج الصحيفة الإلكترونية لقطات الفيديو المأخوذة من التلفزيون نصب عينيه، وكذلك المأخوذة من كاميرات رقمية، فلكل واحدة لها طبيعتها الخاصة، ومن أشهر أنواع ملفات الفيديو:

(Quick Times- Video for window "VFW" – MPEG)



الرسوم المتحركة Animations:

وهي سلسلة من رسوم ثنائية أو ثلاثية الأبعاد يوجدبينها اختلاف بسيط وتعرضبطريقة زمنية محددة لتوحي بالحركة , فالرسوم المتحركة تساعد في تفسير المفاهيمالمجردة وكوسيلةإيضاح ووسيلة إرشادية لما بها من الحيوية و الابتكارية. [17]

[17]- المرجع السابق نفسه، ص 21.

وهناك شكلان أساسيان من الرسوم المتحركة:[18]

1. **تحريك الأجسام (Object Animation):** وهو مبني عل بتحريك النصوص والأجسام خلال الشاشة دون تغير في شكلها، وهذا النوع من الرسوم المتحركة سهل التنفيذ ويوجد في جميع برامج الوسائط المتعددة، حيث أنها يمكن أن تضيف الحيوية إلى العرض.
2. **تحريك الإطارات: (Frame Animation)** ويتفرع إلى نوعين:

- الرسوم المتحركة ثنائية الأبعاد: وهو الأكثر شيوعاً حيث تحرك الصور المسطحة يدوياً لقطة بعد لقطة، ويستغرق وقتاً طويلاً.
- الرسم المتحركة ثلاثية الأبعاد: الصورة المجسمة تعتبر عالم ساحر، وتتحول فيه المسطحات إلى كتل مجسمة يمكن الدوران حولها للنظر إليها من جميع الزوايا.

ويقدم ريتشارد كاريغ **Richard Craig** ملاحظاته وآرائه حول استخدام عناصر الوسائط المتعدد في التحرير الإلكتروني: [19]

1. **النص Text:** يزود النص مساحة كبيرة للمعلومات، والنص يمكن أن يكون كبيراً لعرض الحقائق والأرقام إذا كان يستخدم لتوضيح ما قد يكون من الصعب فهمه، فالنص يتجه نحو تحليل متعمق للموضوعات المعقدة وتوفير المعلومات الأساسية وتاريخ الموضوع وجوانب مختلفة من القضايا.
2. **الصور Photo:** النقطة الأساسية هي أن نفهم أن الصور وغيرها من العناصر المرئية هي لاستخدامها كأدوات لرواية القصة، وليس مجرد صور جميلة، وغالباً ما يفكر الصحفيون بالصور على أنها مجرد مكملات للقصص النصية، ولكنهم بحاجة إلى التعرف على أن الصور يمكن أن توفر نوافذ للتعاطف والخوف والانتصار وعدداً لا يحصى من المشاعر الإنسانية الأخرى بطريقة لا يمكن للنص أن يفعلها.

حتى القصص التي هي أكثر واقعية يمكن أن تستفيد من الصور التي تظهر آثار تلك الحقائق على الناس، إذ يمكن أن تعطي القراء شعوراً بالمكان الذي تجري فيه القصة.

---

[18] - أحمد، أحمد. (2015).استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية للفضائيات- دراسة تحليلية لموقعي (الفضائية السودانية وقناة الشروق) في الفترة من 2013 – 2015 م. **رسالة ماجستير**. جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، ص 84.

[19] - Craig, Richard. (2005). **Online Journalism Reporting, Writing, and Editing for New Media**. P.8-13. Retrieved 24-5-2017. Available. www.sjsu.edu/ajeep/docs/OnlineJournalism.pdf

3. **الفيديو Video**: جمهور اليوم ينمو مع التلفزيون والأفلام والفيديو عبر الإنترنت، لذلك يمكن أن يتوجهوا إلى محتوى الفيديو بسرعة أكبر من أي نوع آخر من الإعلام، ولكن هذا لا يعني أنه من المناسب لكل قصة، فالقصص التي تنطوي على عمل طبيعي تعمل بشكل جيد على الفيديو.

مثلاً يمكن أن تتضمن قصصاً عن المظاهرات السياسية أو الاحتجاجات والأحداث الرياضية والخطب أو أي شيء آخر، حيث يتضمن جوهر القصة النشاط الذي يمكن تصويره كما يحدث، وأبعد من ذلك، الفيديو مفيد أيضاً في بعض الطرق نفسها مثل الصور إذ أن العناصر البصرية من الصور موجودة أيضاً في الفيديو، ولكن لديهما نقاط قوة مختلفة إلى حد ما، كل من الفيديو والصور جيدان لأخذ مشهد من موقع، ولكن عموماً يعطي الفيديو صورة أفضل عموماً في حين أن الصور توفر المزيد من التفاصيل.

4. **الرسوم البيانية Infographics**: غالباً ما تكون هذه التكنولوجيا أقل من اللازم ولا تستخدم استخداماً كافياً، ولكنها يمكن أن تكون فعالة جداً إذا ما تم تنفيذها بشكل جيد.

فالرسوم البيانية يمكنها أن تجمع نقاط قوة من العناصر الأخرى – مرئيات جذابة من الصور والفيديو والحقائق وتفاصيل النص – إلى شيء فريد من نوعه بالمعلومات.

وقد استخدمت الرسوم البيانية في التقارير الإخبارية لعدة عقود، ولكنها اليوم تسمح بمدى من الإبداع والتعقيد التي تجعلها مختلفة عن أي عنصر إخباري آخر، فبدلاً من كتابة تاريخ شركة أو مؤسسة معينة، يمكن إنشاء جداول زمنية غنية بيانياً تضم الصور والحقائق الرئيسية من عبر الزمن.

5. **النص الداعم Supporting Text**: قد لا يبدو هذا مهماً، ولكنه شيء يمكنه ربط عناصر قصة معاً في كلّ متماسك.

غالباً ما يتم تجاهل تقديم التسميات التوضيحية، وأرصدة الصور/ الفيديو، وأسماء الأشخاص المصورة، وحتى العناوين الرئيسية التي من شأنها أن تساعد القراء على توصيل العناصر المتباينة أحياناً من القصة.

ويختلف تنسيق هذه العناصر اختلافاً كبيراً، ويتعين بالضرورة تحديد بعضها على أساس تخطيط الموقع الذي تظهر فيه ونوع المحتوى الذي تكمله.

رابعاً: أنواع الوسائط المتعددة ومكوناتها

تُسجل الوسائط المتعددة في العادة ثم يتم تشغيلها وعرضها والوصول إليها على الموقع من خلال أجهزة معالجة ملحقة بجهاز الكمبيوتر، كما يمكن تشغيلها بشكل مباشر وفوري.

وهناك عدة تقسيمات للوسائط المتعددة حيث تنقسم إلى الوسائط المتعددة الخطية linear والوسائط المتعددة غير الخطية Non-linear، كما يمكن أن تكون وسائط متعددة مسجلة أو مباشرة: [20]

يتم عرض الوسائط المتعددة الخطية linear دون أي سيطرة للمستخدم على تدفق المعلومات والمشاهد والأصوات أثناء الاستعراض وهي شبيهة بالعروض السينمائية.

أما الوسائط المتعددة غير الخطية non-linear فتقدم للمستخدم خيارات تفاعلية للتحكم في العرض وتدفقه، مثلما الحال في ألعاب الكمبيوتر.

وتسمح عروض الوسائط المتعددة المسجلة بقدر كبير من التفاعلية من خلال نظام الإبحار، وتسمح عروض الوسائط المتعددة المباشرة بنوع أخر من التفاعلية يقتصر على التداخل مع مقدم العرض.

كما تُقسّم الوسائط المتعددة إلى نوعين آخرين: [21]

1. **الوسائط المتعددة التفاعلية:**

تعد التفاعلية الميزة الأساسية للوسائط المتعددة، حيث تعطي إمكانية التفاعل بينها وبين مستخدميها، فنحن نتفاعل مع أشكال عديدة من الوسائط في حياتنا اليومية، فمثلاً عند تسجيل برنامج تليفزيوني يُذاع في وقت محدد وتشاهده فيما بعد فأنت تستخدم التكنولوجيا التي تتيح لك التفاعل مع التلفاز، لكن التفاعلية عادة تنسب إلى الحاسوب لما له من مميزات في التخزين والعرض والبحث في كميات كبيرة من المعلومات.

2. **الوسائط المتعددة الفائقة:**

تعتبر الوسائط المتعددة الفائقة تطوراً للوسائط المتعددة التفاعلية، ولتوضيح مفهوم الوسائط المتعددة الفائقة لابد من البدء من مفهوم النص المترابط أو الفائق Hyper Text الذي يعد أساس التجول داخل

---

[20]- نصر، حسني، اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة- دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في الدوريات المحكمة، مرجع سابق، ص 17.

[21] - الصفوري، أمجد. (د.ت). **تصميم وإعداد وإنتاج الوسائط المتعددة**، ص4، استرجع بتاريخ 12-6-2017من:
https://amjadsafori.files.wordpress.com/2013/10/d988d8b3d8a7d8a6d8b7-d985d8aad8b9d8afd8afd8a9.doc

شبكة المعلومات Internet، حيث تظهر في صفحات الإنترنت بعض الكلمات المميزة بلون مختلف عن لون النصوص بداخل الصفحة، وعندما تشير إليها الفأرة يتحول شكل المؤشر إلى إشارة يد، وعند النقر عليها تنقلنا إلى موقع آخر في الشبكة، كما يتضح مفهوم النص المترابط عند التجول داخل ملف المساعدة Help لغالبية البرامج النوافذية.



ويحدد حسنين شفيق أربعة مكونات للوسائط المتعددة: [22]

1. **المكون الأول:** يتمثل في ضرورة وجود حاسب شخصي لكي يعمل على توحيد ما نراه ونسمعه ونتفاعل معه.
2. **المكون الثاني:** لابد من وجود وصلات أو روابط التي توصل المعلومات، وتتمثل في النصوص والرسوم والصور والصوت ولقطات الفيديو.
3. **المكون الثالث:** أدوات الإبحار Navigation tools والتي تجعل المستخدم يبحر على الشبكة ليصل للمعلومات التي يريدها.
4. **المكون الرابع:** يتمثل في ضرورة توافر طرق تمكن من جمع ومعالجة وتوصيل المعلومات والأفكار.

[22]- تومي، فضيلة. (2008). التفاعلية ووسائلها في التلفزيون الجزائري – البرامج الموضوعية نموذجا. **رسالة ماجستير**. جامعة الجزائر – بن يوسف بن خدة، ص 62.



وتستخدم الوسائط المتعددة مجموعة من الأدوات التي تحتاج إلى برامج لتشغيلها والتحكم بها، وتوظف هذه الأدوات بشكل ما يلائم طبيعة الحقل الذي ستستخدم فيه ونوعية المتلقين الواقعين تحت تأثيرها، وهي كفيلة برفع أداء الأفراد وزيادة إنتاجهم، وهناك ثلاثة أنواع من الأدوات المستخدمة في الوسائط المتعددة وهي: [23]

1. **الأدوات السمعية:** مثل كرت الصوت، السماعات، الميكرفون.
2. **الأدوات المرئية:** مثل الفيديو، الشاشات، بطاقات الشاشات، الأفلام الضوئية، الماسحات الضوئية.
3. **أدوات الاتصال:** مثل البريد الإلكتروني،التلفون، أجهزة الفاكس.

خامساً: خصائص الوسائط المتعددة في المواقع الإعلامية

إن استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الصحفية الإعلامية على شبكة الإنترنت تحتاج لأن تتصف بعدد من الخصائص أهمها:[24]

1. **التكاملية:** عبارة عن استخدام أكثر من وسيطين في الإطار الواحد بشكل تفاعلي وليس مستقل وحتى يتحقق التكامل بشكل جيد لابد من التقيد بعدة أمور منها:
   - عدم تكرار التعليق الصوتي لنفس محتوى النص المكتوب.
   - عدم استخدام الصوت منفرداً دون مصاحبة بعض المواد البصرية مثل الرسوم المتحركة أو صدور لقطات الفيديو.
   - لايجوز أن يبدأ التعليق الصوتي قبل ظهور الصورة.

---

(23)- العيسى، جاسم. (2008). حدود تطبيقات تكنولوجيا الاتصال في الصحافة العراقية مع دراسة لاستخدام الوسائط المتعددة في الصحافة الالكترونية العراقية. رسالة ماجستير. جامعة بغداد، ص 87.
(24)- الصفوري، أمجد. تصميم وإعداد وإنتاج الوسائط المتعددة، مرجع سابق، ص 5-6.

- عدم الجمع بين وسيلتين بصريتين في نفس الإطار مثل عرض رسوم متحركة في نافذة ومقاطع من لقطات فيديو في نافذة مجاورة.
- ربط الصورة والرسوم الثابتة التي تتحدث عن فكرة معينةأو مفهوم محدد بواسطة خلفية موسيقية واحدة غير متقطعة لأن ذلك يوحي بالتتابع لموضوع واحد.
- عدم استخدام المؤثرات الصوتية مع التعليق الصوتي فلابد أن تكون الموسيقى خافتة مع وضوح التعليق الصوتي.

2. **الفاعلية:** يشير التفاعل في مجال الوسائط المتعددة إلى الفعل ورد الفعل بين المتابع وبين ما يعرضه الكومبيوتر، ويتضمن ذلك القدرة على التحكم فيما يعرض عليه وضبطه عند اختيار زمن العرض وتسلسله وتتابعه والخيارات المتاحة من حيث القدرة على اختيارها والتجوال فيما بينها.
3. **التنوع:** توفر عروض الوسائط المتعددة بيئة متنوعة يجد فيها كل شخص ما يناسبه، ويتحقق ذلك عن طريق توفير مجموعة من البدائل والخيارات أمام كل شخص.
4. **الكونية:** تتيح تكنولوجيا الوسائط المتعددة الاتصال بشبكة الإنترنت للحصول علىالمعلومات في كافة المجالات.
5. **التزامن:** يعني مناسبة توقيتات تداخل العناصر المختلفة الموجودة في برنامج الوسائط المتعددة، فمراعاة التزامن يساعد على تحقيق خاصيتي التكامل والتفاعل.
6. **الإتاحة:** تعني إتاحة عروض الوسائط المتعددة في وقت الحاجة إلى التعامل معها.

سادساً: ميزات الوسائط المتعددة في التحرير الإلكتروني

يتطلب تحرير الأخبار وقصص الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية مهارات إضافية من قبل الصحفيين الإلكترونيين ويزود القراء بخيارات إضافية للتفاعل.

وترى غراسي لوسون Gracie Lawson أن "حدود صحافة الوسائط المتعددة تتطلب الانفتاح والخيال للصحفيين والمحررين والمصورين لدفع عروض الأخبار خارج الحدود التقليدية". (25)

---

25 - Ciavatta, Savana (2012).**Multimedia Journalism: A Change in Broadcast News**. p. 4. Retrieved 22-6-2017. Available: https://our.oakland.edu/.../CIAVATTA%20THESIS%202.pdf

وهناك العديد من الميزات التي تتفرد بها الأخبار والموضوعات المحررة باستخدام تكنولوجيا الوسائط المتعددة في المواقع الإعلامية الإلكترونية:

1. **يمكن جمع قصص الوسائط المتعددة وعرضها في أي من الأشكال:** قصة واحدة يمكن نسجها في أشكال وسائل الإعلام المختلفة، إذ يمكن أن تعرض نفس القصة على موقع وسائل الإعلام كنص تماماً أو فيديو أو صوت تماماً بحيث القارئ أو المستمع أو المشاهد يمكن اختيار تفضيلات وصوله.[26]
2. **الوسائط المتعددة تغير طريقة رواية القصص:** يمكن استخدام صيغ متعددة لإخبار قصة واحدة، وهذا يعود إلى الصحفي لاستخدام المناسب منها لمنع الجمهور من الشعور بالملل والانطلاق بعيداً إلى موقع إخباري آخر (السيطرة على الجمهور).

وهذا يعني أن التكوين يجب أن يكون مثالياً لكسب الاهتمام من بين الملايين من مقدمي المعلومات الأخرى، وهذا أيضاً يعني أن الصحفي في الوقت الحاضر يجب أن يكون أكثر من مجرد مراسل جيد أو كاتب، يجب أن يكون قادراً للعمل مع المواد السمعية والبصرية والتمييز بين أفضل طريقة لتصوير الصور، فالتقنية تتطلب المزيد من المهارات من الصحفي. [27]

3. **تجربة الوجود:** أساليب مثل الصور ومقاطع الفيديو يمكن أن تخلق تجربة الوجود في مواقع بعيدة، وجعل تجربة الحياة الحقيقية ممكنة أثناء الاستهلاك عبر الإنترنت، وفي أعقاب الفكرة القائلة بأن المواقف الإيجابية والدوافع لها أثر إيجابي على إعداد المعلومات، يمكن افتراض أن هذه الطرائق يمكن أن تؤثر بشكل إيجابي على التعلم، والأخبار الإلكترونية أكثر جاذبية مع ميزات الوسائط المتعددة حيث تحفز الاهتمام ومعالجة المعلومات. [28]

سابعاً: معايير الجودة للتحرير الإلكتروني باستخدام للوسائط المتعددة

يمكن تحديد معايير الجودة التالية لكتابة وسائط متعددة موسعةالعروض الخاصة على المواقع الإلكترونية الإعلامية: [29]

---

[26]-Ganiyu, Mudathir. Akinreti, Qasim. The Secrets of Multimedia and Online Journalism,Op. Cit. p.3.
[27]- Van Nieuwerburgh, Sylvie. Journalists in a Digital Age Trust Will Rule in the Future of Journalism,Op. Cit .p.14
[28] - Opgenhaffen, Michaël. d'Haenens,Leen. The Impact of Online News Features on Learning from News: A Knowledge Experiment, Op. Cit. p .10.
[29] - Meier, Klaus. (2000).**Journalistic Story-Telling with Online Multimedia Challenges, Quality Criteria, Training**. P .2-5. Retrieved 1-6-2017. Available www.klaus-meier.net/meier-storytelling.pdf

تصميم المعلومات Information Design:

مبدأ أساسي للكتابة على شبكة الإنترنت هو أن النص تم إنشاؤه "بيانيّاً"، ويوضع في الاعتبار معالجة وتصميم المعلومات في وقت إجراء البحث وكتابة النص، والكتابة الفعلية تنقسم إلى مستوى المحتوى (الجسم الفعلي للنص) والمستوى التشغيلي حيث ينشأ السؤال عن تقسيم المواد بين متطلبات توجيهات المستخدمين وربطأجزاء النص الفردي.

التقسيم وكتابة القصة Apportioning and Storyboarding:

يمكن تقديم وحدة معلومات أطول كصفحة واحدة طويلة تتضمن التمرير للأسفل عبر عدة صفحات الشاشة، أو مقسمة في عدة صفحات فردية متصلة عبر الروابط، ويطرح سؤال حول ما أفضل طريقة لتقسيم الموضوع إلى جوانب فردية؟ عادة محتوى الموضوع، ووظيفة المقال، وهدفه، هي من ينتج بنية معلومات معينة، وفي هذه الحالة يكون شكل العرض ذا أهمية كبرى.

الملاحة ودليل المستخدم Navigation and User Guidance:

شيء مما لا شك فيه أكثر صعوبة على شبكة الإنترنت من القصة المطبوعة هو ضمان الانسجام، لذا من المستحسن أن يبدأ الكاتب بكتابة الجملة الجوهرية، يجب أن يشير كل جزء من النص إلى الجملة الأساسية ويجيب على السؤال: "لماذا تقول لي هذا في هذه المرحلة؟، وهذا يعني أيضا أن الوحدات الفردية يجب أن تكون مرتبطة من خلال نظام الملاحة الخاصة في نظام حزمة الويب.

صياغة نقاط الملاحة Formulate Navigation Points:

على غرار العناوين الفرعية في ميزة الطباعة، نقاط الملاحة في النص التشعبي تدعم توجه القارئ من خلال القصة ككل: الكلمات الملونة، الأزرار، الرسومات متضمنة الروابط، إذ تشير نقاط الملاحة إلى "الكلمات الساخنة" أو "النقاط الساخنة"، وبالتالي ضمان القارئ أنه يحصل على ما يبحث عنه.

كما أن نقاط الملاحة يجب أن تكون مفسرة ذاتياً وواضحة للوهلة الأولى إلى ما ستقود إليه، النقاط الساخنة يجب أن تنتج التوتر، تلمح إلى شيء جديد ومهم ومن ثم، وبطبيعة الحال، ترقى إلى وعدها، والنص الأكثر فقراً لنقطة الملاحة هو "الرجاء اضغط هنا".

وصلات متقدمة – وصلات خارجية Advanced links – External links:

يمكن أن توفر المزيد من شفافية المصدر، وكذلك عمق المعلومات التي لا يمكن أن يتحقق من قبل وسائل الإعلام التقليدية، إنها تقود إلى خارج العرض الأصلي والرجوع إلى مصادر أو معلومات أخرى من موردين آخرين مع إمكانية البقاء في العرض الأصلي بعد كل شيء.

الصوت والفيديو Audio and Video:

كيف يمكن دمج عناصر الوسائط المتعددة في النصوص عبر الإنترنت؟

لأول مرة على شبكة الإنترنت هناك إمكانية تقديم مزيج من العناصر النصية والصوتية، نص وصورة يمكن أن تكمله عناصر سمعية مسجلة في الموقع تُسمع عند القراءة، وإذا كان يتم دمج مقاطع الفيديو فمن الضروري إعادة التفكير، لقطات مقاطع الفيديو ينبغي أن تركز على الضروريات، ففي حين أن اللقطات القصيرة الفقيرة ضرورية في التلفزيون لتوفير مساحة للنص ولكن هذه الصور لا مكان لها في الإنترنت.

إن معرفة استثمار إمكانيات الوسائط المتعددة بمهارة وفعالية في المواقع الإعلامية من شأنه أن يرقى بمهنة الصحافة الإلكترونية و"الأمر لا يتعلق فقط بتوافر الإمكانيات المادية والتكنولوجية للمؤسسة الإعلامية، بقدر ما يتعلق بمدي نجاح المؤسسة في وضع استراتيجية واضحة لاستخدام الوسائط المتعددة، ونجاحها في إدارة الإمكانات المتاحة.

وإذا كانت بعض القصص الإخبارية يمكن أن تقدم بصورة أفضل في الصحف المطبوعة، والبعض الآخر في التلفزيون، فإن كل القصص الإخبارية تقريباً يمكن أن تُقدم في الصحيفة الإلكترونية بصورة أكثر وضوحاً وإقناعاً وتنوعاً من خلال استخدام الوسائط المتعددة". [30]

[30]- نصر، حسني. اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة- دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في الدوريات المحكمة، مرجع سابق، ص 18.

الخلاصة

تتناول هذه الوحدة دور الوسائط المتعددة في التحرير الإلكتروني بدءاً من تاريخ ظهورها واستفادة وسائل الإعلام والمواقع الإلكترونية منها في تقديم خدمات إعلامية بالنص والصورة والصوت، وعلى نحو مضمون، ووظائف متعددة وبلاحدود ثابتة.

ثم تستعرض الوحدة مجموعة من تعاريف الباحثين للوسائط المتعددة وتلخص مراحل تطورها في خمس مراحل، والعناصر الأساسية التي تتألف منها الوسائط المتعددة وتوضيح كيفية استخدامها في مجال التحرير الإلكتروني.

وتتطرق الوحدة إلى أنواع الوسائط المتعددة ومكوناتها وخصائصها في المواقع الإعلامية، وميزات الوسائط المتعددة في التحرير الإلكتروني بعدما فرضت تكنولوجيا الوسائط المتعددة على الصحفيين الإلكترونيين التمتع بمهارات إضافية مزودة القراء بخيارات إضافية للتفاعل.

وتنتهي الوحدة بالحديث عن معايير الجودة في كتابة وسائط متعددة موسعة العروض في المواقع الإلكترونية الإعلامية، وضرورة استثمار إمكانيات الوسائط المتعددة بمهارة في المواقع الإعلامية بما يساهم في الرقي بمهنة الصحافة الإلكترونية.

المراجع

1. كنعان، علي. الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية.
2. الدليمي، عبد الرزاق. (2010). إشكاليات تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الصحافة " بحث استطلاعي نحو تأثير التكنولوجيا الحديثة على الصحافة.المجلة العراقية للمعلومات، المجلد 11، العدد 1و2.
3. أبو الحمام، عزام. (2011). تأثير العوامل السياسية والاجتماعية والاقتصادية على صحافة الانترنت العربية: من وجهة نظر المحررين.رسالة ماجستير. جامعة الشرق الأوسط، عمان.
4. خليل، صفاء. (2016). الوسائط المتعددة ودورها فى تطوير الممارسة الصحفية – دراسة تطبيقية على عينة من الصحف السودانية في الفترة من عام 2012 – 2015 م. رسالة دكتوراة. جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
5. الخاتم، هاشم. (2015).الكفايات المطلوبة لدى اختصاصي الاتصال لإنتاج الوسائط المتعددة. رسالة ماجستير. جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
6. عزمي، نبيل. (2011). التصميم التعليمي للوسائط المتعددة. (ط.1) المنيا: دار الهدى.
7. زعموم، خالد. بومعيزة، السعيد. (2007). التفاعلية في الإذاعة: أشكالها ووسائلها. سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، العدد 61، تونس.
8. خليل، صفاء. الوسائط المتعددة ودورها في تطوير الممارسة الصحفية– دراسة تطبيقية على عينة من الصحف السودانية في الفترة من 2012– 2015 م.
9. الخاتم، هاشم. (2015).الكفايات المطلوبة لدى اختصاصي الاتصال لإنتاج الوسائط المتعددة.
10. أحمد، أحمد. (2015).استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية للفضائيات– دراسة تحليلية لموقعي (الفضائية السودانية وقناة الشروق) في الفترة من 2013 – 2015 م. رسالة ماجستير. جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
11. نصر، حسني، اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة– دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في الدوريات المحكمة.
12. الصفوري، أمجد. (د.ت). تصميم وإعداد وإنتاج الوسائط المتعددة، ص4، استرجع بتاريخ 12-6-2017من:

https://amjadsafori.files.wordpress.com/2013/10/d988d8b3d8a7d8a6d8b7d985d8aad8b9d8afd8afd8a9.doc

13. تومي، فضيلة. (2008). التفاعلية ووسائلها في التلفزيون الجزائري – البرامج الموضوعية نموذجا. رسالة ماجستير. جامعة الجزائر – بن يوسف بن خدة.

14. العيسى، جاسم. (2008). حدود تطبيقات تكنولوجيا الاتصال في الصحافة العراقية مع دراسة لاستخدام الوسائط المتعددة في الصحافة الالكترونية العراقية. رسالة ماجستير. جامعة بغداد.

15. Siapera, Eugenia. Veglis, Andreas. The Handbook of Global Online Journalism. (1st .ed). Oxford: A John Wiley & Sons, Ltd.

16. Oxford Dictionary. Retrieved 2-6-2017. Available:
https://en.oxforddictionaries.com/definition/multimedia

17. Ganiyu, Mudathir. Akinreti, Qasim. The Secrets of Multimedia and Online Journalism.

18. Deliyannis, Ioannis. (2012).From Interactive to Experimental Multimedia. Retrieved 25-6-2017. Available:
www.ionio.gr/~yiannis/publications/editedchapter.pdf.

19. Li, Ze-Nian. Drew, Mark. (2004). Fundamentals of Multimedia.

20. Craig, Richard. (2005). Online Journalism Reporting, Writing, and Editing for New Media. Retrieved 24-5-2017. Available:
www.sjsu.edu/ajeep/docs/OnlineJournalism.pdf

21. Ciavatta, Savana (2012).Multimedia Journalism: A Change in Broadcast News. Retrieved 22-6-2017. Available:
https://our.oakland.edu/.../CIAVATTA%20THESIS%202.pdf

22. Van Nieuwerburgh, Sylvie. Journalists in a Digital Age Trust Will Rule in the Future of Journalism.

23. Opgenhaffen, Michaël. d'Haenens,Leen. The Impact of Online News Features on Learning from News: A Knowledge Experiment.

24.Meier, Klaus. (2000).Journalistic Story-Telling with Online Multimedia Challenges, Quality Criteria, Training. Retrieved 1-6-2017. Available www.klaus-meier.net/meier-storytelling.pdf.

التمارين

أجب عن الأسئلة التالية:

1. ما تعريف تي فوجان للوسائط المتعددة؟
2. تحدث عن مراحل تاريخ تطوّر مفهوم الوسائط المتعددة.
3. ما ملاحظات ريتشارد كاريغ حول استخدام عناصر الوسائط المتعددة في التحرير الإلكتروني؟
4. اشرح خصائص الوسائط المتعددة في المواقع الإعلامية.
5. تحدث عن معايير الجودة للتحرير الإلكتروني باستخدام للوسائط المتعددة.

ضع إشارة (صح√ أو خطأ X) أمام العبارات الآتية:

1. مصطلح الوسائط المتعددة أصله لاتيني مؤلفمن كلمتين الأولى Multus والأخرى كلمة Medium. صح
2. ظهر المفهوم الحديث للوسائط المتعددة في بداية القرن الحادي والعشرين. خطأ
3. يتم عرض الوسائط المتعددة الخطية linear دون أي سيطرة للمستخدم على تدفق المعلومات والمشاهد والأصوات أثناء الاستعراض. صح
4. لا تستطيع الوسائط المتعددة تغيير طريقة رواية القصص المنشورة في المواقع الإلكترونية. خطأ

ضع خطاً تحت الإجابة الصحيحة:

أ- بدأت المرحلة الأولى من تاريخ الوسائط المتعددة من (نهاية الأربعينيات / **بداية الستينيات**) من القرن الفائت.

ب- تقدم (**الوسائط المتعددة الخطية Linear** / **الوسائط المتعددة غير الخطية Non-linear**) للمستخدم خيارات تفاعلية للتحكم في العرض وتدفقه.

الوحدة التعليمية السادسة

التّفاعليّة والتّحرير الالكتروني

الفصل السادس: التفاعلية والتحرير الالكتروني

- مقدّمة.
- بدايات التفاعليّة.
- تعريف التفاعليّة.
- محدّدات التفاعليّة وأنواعها.
- أبعاد التفاعليّة في المواقع الالكترونية.
- مستويات التفاعليّة وأساليبها في المواقع الالكترونية.
- الأدوات التفاعليّة في المواقع الالكترونية.

الأهداف التعليمية:

بعد دارسة هذه الوحدة التعليمية يجب أن يكون الطالب قادرا على أن:

1. يطلع على بدايات التفاعليّة
2. يعرف التفاعليّة
3. يعدد محدّدات التفاعليّة وأنواعها
4. يبيّن أبعاد التفاعليّة في المواقع الالكترونية
5. يتعلم مستويات التفاعليّة وأساليبها في المواقع الالكترونية
6. يعرف الأدوات التفاعليّة في المواقع الالكترونية

أولاً: مقدّمة

أحدثت شبكة الإنترنت تغيّرات ملحوظة في مكونات العملية الاتصالية التقليدية التي كانت تقتصر على المرسِل والرسالة والوسيلة والمتلقي، وأدت إلى إحداث ثورة معرفية في مجال الإعلام والاتصال حيث تغيرت مفاهيم كثيرة مرتبطة بالعملية الإعلامية فبعدما كان "التّلقي بمثابة البعد المخفي والمهمل للاتصال"[1] "بات الحديث ممكناً عن تفاعل الصحف والقراء بعد أن ظلت العلاقة محدودة وهامشية طيلة عمر الصحافة الورقية". [2]

لقد كان سائداً ما يُسمّى "التفاعلية التقليدية التي نجدها في الجرائد على شكل رسائل منشورة من ركن الرسائل إلى المحرر، والتي كانت تُرسل عن طريق البريد، ومثل ما يحدث في الإذاعة والتلفزيون من مكالمات هاتفية أثناء بث البرامج أو وصول الرسائل البريدية أو الحضور في الأستوديو، فإننا نجد أن إحدى الخصائص الرئيسية في الاتصال الحديث تتجلى في إرساء أسلوب اتصالي لا يتيحه الإعلام التقليدي، ألا وهو الاتصال التفاعلي، وتجسد البناء التقني للاتصال الحديث في تجاوزه إحدى خواص الاتصال القديم أحادي الاتجاه". [3]

"وتوقف الناس عن كونهم مجرد مستهلكين لوسائل الإعلام وأصبحوا أيضاً منتجون مع الإنترنت، حيث سمحت الإنترنت للأفراد من إنشاء وتوزيع رسائلهم ومشاركة المستخدمين في المحتوى وعملية الإنشاء". [4] وأصبح "الاتجاه الجديد لوسائل الإعلام الالكترونية يتجه نحو تفتيت الجمهور (Demassfication) عن طريق إتاحة عدد هائل من الرسائل الاتصالية الموجهة إلى مجموعات صغيرة أو أفراد"[5] وأًصبح هؤلاء الأفراد القراء قادرون على بسط نفوذهم على المادة المقدمة عبر الانترنت وعملية الاتصال ككل.

---

[1] - مييج، برنار، (2011). **الفكر الاتصالي من التأسيس إلى منعطف الألفية الثالثة**. (أحمد القصوار، مترجم). (ط.1). الدار البيضاء: دار توبقال، ص 61.

[2] - خالد، نواف. محمد، خليل. (2011). الصحافة الإلكترونية ماهيتها والمسؤولية التقصيرية الناشئة عن نشاطها. **مجلة الشريعة والقانون**، العدد 46، ص 211.

[3] - مهنا، فريال. (2002). **علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية**. (ط.1)، دمشق: دار الفكر، ص 417.

[4] - Kuyucu, Mihalis. (2014). **New Communication Technologies and Journalism: The Creation of New Multimedia Newspaper with Milliyet Newspaper and Blippar.** International Conference on Communication, Media, Technology and Design 24 - 26 April 2014, Istanbul – Turkey, p. 179.

[5] - خلف، جليلة. (2009). الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية دراسة تحليلية للبوابات الإلكترونية العربية (نسيج – محيط – البوابة) للمدة من 2008/2/1 – لغاية 2008/4/30. **رسالة ماجستير غير منشورة**. جامعة بغداد، ص 89.

وتمثل التفاعلية "أهم المتغيرات الجديدة لوسائط الإعلام الكلاسيكية التي أعادت تشكيل العلاقة العمودية والأحادية وغير المتكافئة التي كانت تحدد علاقات الباحث والمتلقي". [6]

ثانياً: بدايات التّفاعليّة

بدأ الاهتمام بدراسة التفاعلية منذ أن "أكد وينر **Winner** عام 1948 أهمية رجع الصدى (feedback) كعنصر رئيسي من عناصر العملية الاتصالية، وأعقب ذلك صدور كتاب ويلبرشرام **WilburSchramm** عام (1954 م) وعنوانه: عملية الاتصال الجماهيري وتأثيراتها، والذي جاءت فيه أول إشارة لمصطلح "التفاعلية"، وأكد شرام **Schramm** ضرورة وجود مجال خبرة مشتركة بين المرسل والمستقبل، والذي بفضله يتم توصيل نوعين من رجع الصدى هما: رسالة من المستقبل إلى المرسل، ورسالة من المستقبل إلى ذاته". [7]

ولقد أكدت دراسات الاتصال التقليدية المختلفة، بداية من نموذج شانون وويفر (**Shannon& Weaver**) مروراً بنظرية الطلقة السحرية ونموذج تدفق المعلومات عبر مرحليتين، ونموذج الانتباه والإدراك الانتقائي وصولاً إلى نموذج ويستلي وماكلين (**Westley and Maclean**) ومفاهيمها عن حراس البوابة ورجع الصدى على أن وسائل الإعلام التقليدية وسائل اتصالية ذات اتجاه واحد وتفتقر إلى رجع الصدى، في حين نجد أن التفاعل الحقيقي يتطلب نموذجاً اتصالياً ذا اتجاهين أو ذا اتجاهات متعددة". [8]

ووج دموريسون (**Morrison**) عام(1998 م) أن عدم النظر إلى وسائط الإعلام المتطورة من وجهة نظر المستخدم قد تكون نقطة عمياء في دراسة التفاعل، بينما أشار نوهاجين (**Newhagen**) إلى أن المفاهيم التقليدية للجمهور تصبح غير ذات صلة تقريباً في سياق الإنترنت، فبدلاً من ذلك يأتي المستخدم الفردي إلى مركز الصدارة المفاهيمية، وفي حين أن المنظورات النظرية الناشئة عن وسائط الإعلام

---

(6) -الحمّامي، الصادق. (2007). المجال الإعلامي العربي: إرهاصات نموذج تواصلي جديد، **مجلة المستقبل العربي**، العدد 335، ص 10.

(7) - نصر، حسني. 2015. **اتجاهات التنظير في وسائل الإعلام الجديدة-دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة.** مرجع سابق، ص 34.

(8) - اللبان، شريف. (2005). **الصحافة الإلكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع.** (ط.1). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ص 65-66.

الجماهيري وتقاليد الاتصالات التنظيمية قد توفر إطاراً مفيداً لفهم الطبيعة الأساسية للاتصال التفاعلي فإن الاستخدامات التي يقوم بها الأفراد لوسائط الإعلام المتطورة قد تفسر العملية التفاعلية على نحو أفضل حيث اقترح ويليامز وستوفر وغرانت (**Williams& Stover& Grant**) عام (1994م) أنه على الرغم من أن تقنيات وسائل الإعلام تتغير بسرعة، فإن فهم استخدامات الأفراد لهذه الوسائط هو خطوة أساسية في عملية بناء النظرية، كما ركّز وو(**Wu**) عام(1999م) على ضرورة دراسة التفاعل من منظور تصورات أولئك الذين يستخدمون الوسائط التفاعلية، كما جادل جونسون (**Johnson**) بأن النهج الذي يركّز على المستخدم أمر حاسم من أجل التصميم الفعال للواجهات بين الإنسان والحاسوب، وحدد ماكميلان ودونيز (**McMillan and Downes**) عام (2000 م) بعدين أساسيين يبدو أنهما يشكلان الأساس لتصورات التفاعل: اتجاه الاتصال والسيطرة على عملية الاتصال". [(9)]

ثالثاً: تعريف التّفاعليّة



تكمن إحدى المشكلات عند تعريف التفاعلية في أنها تُستَخدم بمعنيين مختلفين على الأقل، "فالباحثون في علوم الحاسب يميلون إلى التفكير في كلمة "تفاعلية" على أنها التفاعل بين المستخدم والحاسب، مثلما يحدث في الألعاب التفاعلية، في المقابل يميل علماء الاتصال إلى التفكير في التفاعلية على أنها تنطوي على الاتصال بين البشر". [(10)]

ويعرّف باحثون التفاعلية بأنها "مفهوم معقّد يقف للسيطرة على المحتوى، وإضفاء الطابع الشخصي على المحتوى، والتكيف، والاستجابة، وردود الفعل، والانفتاح، والمحتوى الذي ينشئه المستخدمون، ". [(11)]

كما تعرف التفاعلية بأنها "جعل المستخدم جزء من تجربة الأخبار، وهذه الميزة في غاية الأهمية في العصر الرقمي، فالمستهلكون يريدون المشاركة في عملية الإنتاج". [(12)]

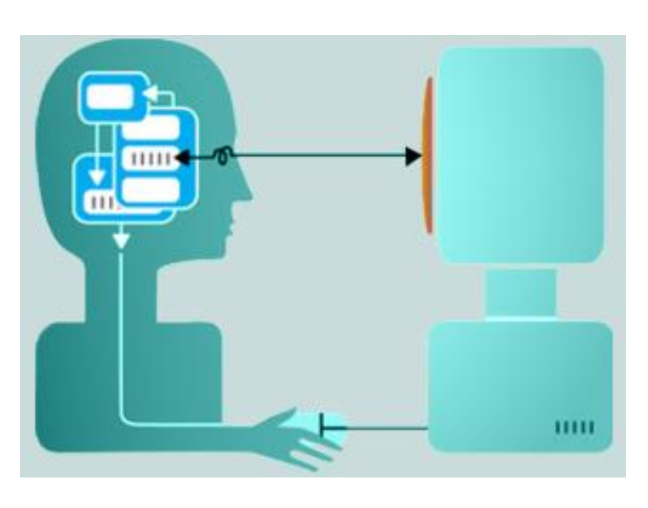
[(9)] - McMillan, Sally. (2002). A Four-Part Model of Cyber-Interactivity: Some Cyber-Places are More Interactive than Others. **New Media & Society**, (4)2, p.5.

[(10)] - نصر، حسني. اتجاهات التنظير في وسائل الإعلام الجديدة-دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة، مرجع سابق، ص 13.

[(11)] - Opgenhaffen, Michael. d'Haenens, Leen. (2011). the Impact of Online News Features on Learning from News: A Knowledge Experiment, Op. Cit. p. 11.

ويوضح كلاً من داونز وماكملان (**Downes and McMillan**) أن التفاعلية "سلسلة متصلة مع الأبعاد المستندة إلى الرسائل والمشاركة، أي حسابات بدرجات متفاوتة من التفاعل على مواقع الويب، والأبعاد المستندة إلى الرسالة هي طبيعة الرسائل واتجاهها، وأهمية الوقت لهيكل الرسالة واسترجاعها، وشعور المكان، الأبعاد القائمة على المشاركين هي السيطرة، والاستجابة والأهداف المتصورة". [13]

ويشار أيضاً إلى أن التّفاعليّة هي "قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماماً كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين، وأضافت هذه الخاصية بعداً جديداً هاماً لأنماط وسائل الإعلام الجماهيري الحالية والتي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم إرسالها من مصدر مركزي إلى المستهلك مع إمكانية اختيار مصادر المعلومات والتسلية التي يريدها متى أرادها وبالشكل الذي يريده". [14]



ويستخلص شريف اللبان مجموعة من النقاط الأساسية التي اتفق عليها كثير من الباحثين وردت في أغلب تعريفات التفاعلية: [15]

1. التفاعلية سمة طبيعية في الاتصال الشخصي وسمة مفترضة لوسائل الإنترنت وفي مقدمتها الإنترنت.
2. يجب التمييز بين التفاعلية في الاتصال الشخصي والمتمثلة في رجع الصدى، والتفاعلية كمفهوم حديث مرتبط بتكنولوجيا الاتصال الحديثة والمتمثلة بوضوح في الاتصال عبر الإنترنت.
3. التفاعلية اتصال يصعب فيه التمييز بين المرسل والمستقبل.
4. التفاعلية قد تكون تزامنية أو غير تزامنية، الدردشة مثلا أداة تفاعلية تزامنية يشترط بها وجود طرفي الاتصال في آن واحد، أما البريد الالكتروني فهو أداة تفاعلية غير تزامنية لا يشترط فيها وجود طرفي الاتصال في آن واحد.

---

(12) - Van Nieuwerburgh, Sylvie. (D.t).Journalists in a Digital Age Trust Will Rule in the Future of Journalism. **Master Thesis**, University Leiden, p.11. Retrieved 1-6-2017. Available www.denieuwereporter.nl/wp.../Scriptie%20alles%20versie%202.pdf

(13) - Zerba, Amy. (2004). Redefining Multimedia toward a More Packaged Journalism Online, Op.Cit. p.6.

(14)- حسونة، نسرين. **الإعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف**. ص 8. استرجع بتاريخ 3-5-2017 من www.alukah.net/Books/Files/Book_4616/BookFile/alelam.PDF

(15)- اللبان، شريف. الصحافة الإلكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، مرجع سابق، ص 80- 81.

5. الاستجابة هي جوهر الاتصال التفاعلي وبدونها لا يتم التفاعل.
6. سيطرة المستقبل على العملية الاتصالية شرط من شروط التفاعلية، فالمستقبل يستطيع في ظل تكنولوجيا الاتصال التفاعل بتعديل أو تغيير شكل ومضمون الرسالة الاتصالية الموجه من المرسل، كما أن المستقبل يمكنه اختيار الموضوع المناسب له من البدائل المتعددة التي يتم عرضها عبر وسائل الاتصال التفاعلية، علاوة على قدرته على تبادل الرسائل مع المرسل والتعرض للمحتوى الاتصالي في الوقت الملائم.
7. ضرورة إدراك المشاركين للتفاعلية أن الهدف من الاتصال هو التفاعل وليس الإقناع.
8. التفاعلية خاصية الوسيلة، فالوسيلة التفاعلية هي التي تتيح للمستقبل فرص التفاعل مع المرسل ومع المضمون في آن واحد.



ويصف لي(Lee) ستة تغييرات مهمة طرأت على وسائل الإعلام على الانترنت تشمل التفاعلية وهي:[(16)]

1. إدراج المحتوى الذي ينشئه المستخدم والذي يسمح للمستخدمين بتحميل المعلومات التي يرونها مفيدة.
2. زيادة في قدرة المستخدمين على المشاركة بشكل تفاعلي.
3. يوتوبيزاشيون (YouTubization) أي الاعتماد على مقتطفات الفيديو لرواية القصة.
4. الأخبار الالكترونية تسمح للتقارير الفورية وتوفّر دقيقة تلو الأخرى من خلال الأخبار العاجلة.
5. القدرة على إقامة روابط مع مواقع الشبكات الاجتماعية، التواصل والمشاركة المجتمعية في كل مكان.
6. بسبب تكنولوجيات الاتصال الجديدة تسمح الأخبار عبر الإنترنت بالتخصيص، وتقدم خدمات إخبارية مصممة خصيصاً للأفراد.

---

(16) - Yuan, Zhoumin. (2015).**The International Encyclopedia of Language and Social Interaction**, (1st .ed).New Jersey: John Wiley& Sons, Inc. p. 3.

وتفسر هذه التغييرات لماذا أصبح من المفهوم الآن أن التفاعل يتجاوز بكثير مجرد التغذية المرتدّة على شكل استطلاعات الرأي، والرسائل، أو حتى التعليقات.



رابعاً: محددات التّفاعليّة وأنواعها

يمكن الحديث عن محددات التفاعلية التي تعد معياراً لمستوى التفاعلية المتاحة لمتصفحي المواقع الإعلامية أو الإخبارية على النحو الآتي: [17]

1. تحقيق التفاعل بين المتلقي وعناصر العملية الاتصالية من خلال الاستغلال الأمثل لخصائص الشبكات خاصة شبكة الويب.
2. وجود ما يسمى بمنتج المحتوى وهو القائم بالاتصال (الكتابة والتحرير والإعداد)، وهو من أهم محددات عملية التفاعل.
3. استثارة المتلقي للتعرض مع الانتباه الواعي لدوره، وهو ما يحتم الظهور الواضح لأدوات التفاعل وموجهات استخدامها.
4. توفر وصلات المحتوى وتعدد البرامج والخدمات بما يتناسب وحاجات المتلقين المتباينة والمتعددة ما يقود إلى مفهوم الفردية أو التفرد.
5. تحقيق سهولة وسرعة التجوال بين البرامج والخدمات ووصلات المحتوى.
6. ضرورة وجود واجهات تفاعل للمتلقي تعرف بواجهة تفاعل المستخدم وهي دليل المتلقي إلى الدخول والتجوال، ويطلق عليها أيضاً واجهة التفاعل الرسمية وذلك في حال اعتمادها على الصور والرسوم.

ويميز بعض الباحثين بين نوعين من التفاعلية وهما تفاعلية الوسيلة والتفاعلية البشرية:[18]

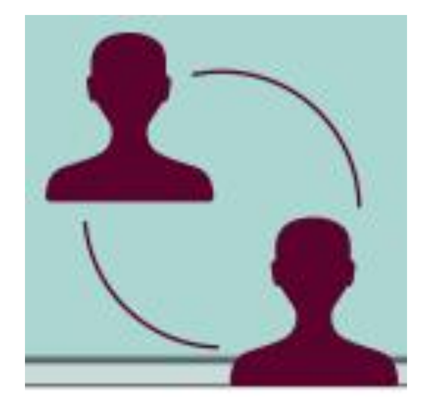
---

[17]- خليل، صفاء. (2016). الوسائط المتعددة ودورها في تطوير الممارسة الصحفية -دراسة تطبيقية على عينة من الصحف السودانية في الفترة من عام 2012 – 2015 م، مرجع سابق، ص 104.

[18] - Chung, Deborah. (2008).Interactive Features of Online Newspapers: Identifying Patterns and Predicting Use of Engaged Readers. **Journal of Computer-Mediated Communication**, 13, p.660.



1. **تفاعلية الوسيلة (Medium Interactivity):** معروفة أيضاً باسم المستخدم إلى النظام/ الوثائق أو محتوى التفاعل، وهو التواصل التفاعلي بين المستخدمين والتكنولوجيا التي تقوم على طبيعة التكنولوجيا نفسها وبما تسمح التكنولوجيا للمستخدمين القيام به.



2. **التفاعلية البشرية (Human Interactivity):** معروفة أيضاً باسم المستخدم إلى المستخدم أو التفاعل بين الأشخاص، وهو التواصل بين اثنين أو أكثر من المستخدمين التي تحدث من خلال قناة اتصال.

خامساً: أبعاد التّفاعليّة في المواقع الالكترونية

يرى البعض أنه مكن معالجة موضوع التفاعلية من خلال التطرق إلى أبعادها الأربعة (الاجتماعية، الإدراكية، النفسية، الاجتماعية، التقنية): [19]

1. البعد الاجتماعي

يهتم هذا البعد بدراسة الطرائق التي يتفاعل وفقها الأفراد مع بعضهم البعض، ويقوم هذا التقليد على أساس بحوث الاتصال الإنساني التي تعود إلى ما قبل ظهور الوسائط المتعددة، وفي ذلك التقليد كانت الحياة اليومية وما يتخللها من تفاعلات وتبادلات وذلك لفهم المجتمع ككل، ومَن يتأمل الحياة اليومية يلاحظ كيف أن كل ما يحدث فيها هو تفاعل وتبادل على نحو ما، والتأثير المتبادل بين طرفين (عاقلين أو غير عاقلين) هو جوهر التفاعلية، وعليه يمكن للمرء تصور توليف لا متناهٍ من الأشياء التي تتفاعل.

[19]- زعموم، خالد. بومعيزة، السعيد. التفاعلية في الإذاعة: أشكالها ووسائلها. مرجع سابق، ص 31-42.

2. البعد الإدراكي

على خلاف ما يعتقد أصحاب البعد الاجتماعي الذي يعتبرون التفاعلية تفاعلاً وتبادلاً، وفي كلمة واحدة اتصالاً أساسياً، فإن أصحاب البعد الإدراكي للتفاعلية يعتبرونها خاصية من خصائص شخصية الفرد يمكن أن تؤثر على تبني الوسيلة واستعمالها.

ولكي يتم إدراك مدى تأثير تكنولوجيات الوسائط المتعددة في حياة الأفراد لا بد من فهم كيف يدرك هؤلاء التفاعلية، ومن هذا المنظور يشار إلى طريقتين لتحديد التفاعلية:

- **تفاعلات الإنسان مع الإنسان:** له علاقة بالمستوى السلوكي للتفاعلية.
- **تفاعلات الإنسان مع الرسالة:** له صلة بالمستوى الإدراكي للتفاعلية، وفيما يتعلق بهذا الشكل يستعمل مفهومان فرعيان: التفاعلية المصممة التي تشير إلى التوليف الحاصل في الوسائط المتعددة (موقع الانترنت مثلا) والتفاعلية المدركة التي تشير إلى مستوى الإدراك الذاتي للتفاعلية.

3. **البعد النفسي الاجتماعي:** إن البعد النفسي–الاجتماعي للتفاعلية قائم في جانب منه على النموذج الاجتماعي التماثلي الذي يربط الاتصال بواسطة الحاسوب بذلك الذي يحدث في التلفزيون، إذ يتفاعل المستخدمون ضمنياً مع آخرين متخيّلين عن طريق الحاسوب.

   ويحاجج أصحاب هذا النموذج أن الأفراد يتصورون ذهنياً كائناً إنسانياً داخل الحاسوب أو في النهاية الأخرى، ويتفقون على أن الناس يتفاعلون اجتماعياً مع الحواسيب، ولكن يفترضون أن هؤلاء يعتقدون أنهم يتعاملون مع كائنات بشرية عن طريق الآلة، كما يفترض أن التفاعل بين الإنسان والحاسوب هو اجتماعي وأن التعامل مع الحواسيب يشبه الاتصال الشخصي أكثر من الاتصال الجماهيري.

4. **البعد التكنولوجي:**

   يركز هذا البعد على الخصائص الجوهرية في الوسائط التكنولوجية وليس على المحتوى أو المستعمل أو حتى العملية الاتصالية التفاعلية.

   تشير التفاعلية من هذا المنظور إلى المستوى العالي نسبياً للوسائط الالكترونية المشبوكة والإمكانات الملائمة التي تسمح بها للتبادلات المتعددة الاتجاهات وتتحدد التفاعلية حسبما إذا كان الوسيط الالكتروني:

- يجعل الاتصال المتعدد الاتجاهات ممكناً.
- يسمح للمشاركين بالتحكم في الفعل الاتصالي.
- يدعم تبادل الأدوار بين المشاركين في العمليات الاتصالية.

بالإضافة إلى هناك خاصيتين للاتصال المتعدد الاتجاهات وهما:

- إمكانية رجع الصدى والسرعة التي يمكن أن يحدث وفقها رجع الصدى.
- ومتطلباته التزامنية في الوقت.



ويضع هيتر (Heeter) ستة أبعاد للتفاعلية وهي: [20]

1. تعدد الخيارات التي يتم توفيرها للمستخدمين.
2. الجهد الذي يجب أن يمارسه المستخدمون للوصول إلى المعلومات.
3. درجة استجابة الوسيلة لردود أفعال المستخدمين.
4. كيف يختار المستخدم المعلومات التي يمكن رصدها.
5. سهولة إضافة المعلومات من قبل المستخدمين.
6. درجة التواصل بين الأشخاص بين شخصين أو بين مجموعة صغيرة.

[20] - Zerba, Amy. Redefining Multimedia toward a More Packaged Journalism Online .Op. Cit. p.6.

ويفصّل سعيد النجار في أبعاد للتفاعلية التي ذكرها هيتر (Heeter) وفقاً لما يأتي: [21]

1. **تعدد الاختيارات المتاحة أمام المستخدمين:**

يدرك مصممو الصحف على شبكة الانترنت بأنه كلما زادت الوصلات التشعبية على الموقع، زادت اختيارات المستخدمين للإيجار خلال موقع الصحيفة، وهذه الاختيارات مهمة لإحداث التفاعلية، كما أن مصممي المواقع الالكترونية يدركون جيداً بأن المستخدمين يفضلون الاختيار ما بين تصفح النصوص والصور الثابتة والمتحركة، أو استقبال المعلومات باللغة التي يريدونها بالإضافة إلى الخيارات التي تتعلق بقنوات الاتصال مثل النص والفيديو والحركة وغيرها.

2. **إمكانية الاتصال بين المستخدمين ومسؤولي الصحف ومحرريها:**

يساعد توافر عناوين البريد الالكتروني تسهيل عملية الاتصال بين المستخدمين من جهة والمسؤولين في الصحف على الإنترنت من جهة أخرى، وكذلك إمكانية اتصال المستخدمين بمحرري القصص الإخبارية على موقع الصحيفة على الانترنت.

3. **إمكانية الاتصال الشخصي:**

يقصد به على وجه الخصوص إمكانية الاتصال بين المستخدمين للوسيلة الاتصالية مع بعضهم البعض، ويساعد توافر منتديات أو غرف الدردشة ومجموعات النقاش على جذب القراء إلى موقع الصحيفة لفترة أطول، إضافة إلى وجود استطلاعات رأي القراء تجاه أهم القضايا والأحداث الجارية.

4. **المراقبة المستمرة للموقع:**

يعني توافر أداة أو أكثر لمراقبة موقع الصحيفة بحيث يمكن للموقع أن يسجل كل من زار الموقع وأي جزء من الموقع قام بزيارته، وأكثر الموضوعات قراءة وتحميلاً وتعليقاً من قبل المستخدمين، وتعد إتاحة المراقبة المستمرة للموقع من الوسائل التي تجعل الموقع أكثر قدرة على تلبية احتياجات المستخدمين كما أنها وسيلة فعالة لتقويم الموقع.

5. **إمكانية البحث عن المعلومات:**

---

[21]- لامية، سهيلي. (2015). التفاعلية في المواقع الإخبارية الجزائرية -دراسة تحليلية لموقعي الشروق اون لاين والنهار أون لاين. **رسالة ماجستير**. جامعة محمد بوضياف، المسيلة، ص 56 – 57.

يساعد على ذلك توافر وسائل أو محركات البحث أمام المستخدمين، سواء البحث عن موقع الصحيفة أو البحث في الإنترنت، إضافة إلى وجود أرشيف للصحيفة بما يسمح بالاطلاع والبحث في أعداد الصحيفة على الانترنت.

6. **إمكانية إضافة معلومات:**

يصبح المستخدم بمثابة مراسل لمحرر الموقع، إذ يجب على مواقع الصحف على الانترنت تسهيل عملية إضافة المعلومات على الموقع من قبل المستخدمين، وبعض الصحف على الإنترنت تسمح للمستخدمين بإضافة الأنواع التالية للمعلومات: صفحات الويب والهوايات والاهتمامات الخاصة، والإعلانات عن المواليد والأفراح والوفيات وعرض الأفلام والمسرحيات والأحداث الثقافية والترفيهية الأخرى.

ويترجم ديوز (Deuze) عام (2003 م) أبعاد التفاعل لتصميم الأخبار والمواقع الالكترونية في التفاعل الملاحي، والتفاعل الكيفي والتفاعل الوظيفي.[22]

1. **التفاعل الملاحي/ الإرشادي (Navigational Interactivity):**

مثل تفاعل الوسيلة، يتيح للمستخدمين "التنقل" في موقع يحتوي على ارتباطات تشعبيه وشريط الأدوات. (ترشد المستخدم بالتوجه إلى الصفحة التالية أو السابقة، أو العودة إلى الأعلى أو إلى صفحة الاستقبال أو غيرها).

2. **التفاعل التكيفي (Adaptec Interactivity):**

يشبه مزج تفاعل الوسيلة والتفاعل البشري، يسمح بتجارب المستخدمين بالحصول على نتائج في محتوى الموقع.

3. **التفاعل الوظيفي (Functional Interactivity):**

يشبه كثيراً التفاعل البشري، ويسمح للمستخدمين التواصل مع الأفراد الآخرين. (عبر البريد المباشر أو الروابط، أو مجموعات الحوار).

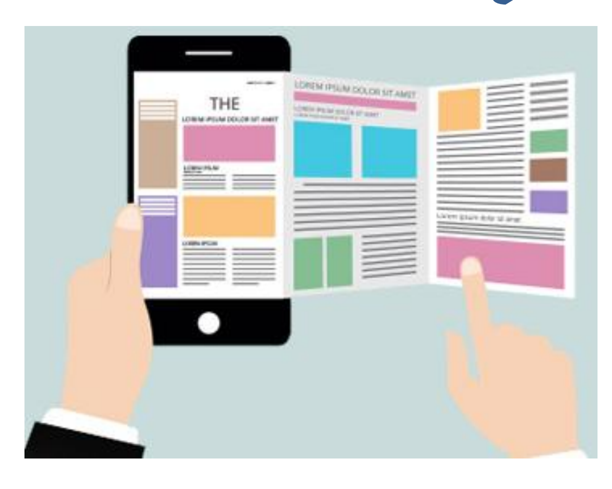
[22] - Chung, Deborah. Interactive Features of Online Newspapers: Identifying Patterns and Predicting Use of Engaged Readers, Op. Cit. p.661.



ولكي تصل ظاهرة علاقات اتصالية تفاعلية إلى مستوى اتصال حقيقي يجب أن تلبي الخصائص التالية: [23]

1. أن تمتلك شكلاً مفتوحاً للتبادل ثنائي الاتجاه أو تعددي الاتجاه.
2. أن تتمتع بإمكانية قلب الأدوار بين المرسل والمتلقي.
3. أن تثمن النشاط التشاركي للمتلقي حتى في حالة قيامه بدور استقبالي بسيط.
4. الانتباه إلى تأثيرات العمل الاتصالي.
5. الميل إلى الاستعداد لاعتبار العلاقة الاتصالية نشاطا تبادلياً متساوياً، وبالتالي شكلاً من المحادثة التي يمكن أن تتحقق.

سادساً: مستويات التّفاعليّة وأساليبها في المواقع الالكترونية



يمكن التمييز بين أربعة مستويات متنوعة يتيحها النشر الفوري للتفاعلية في استخدام الصحيفة الالكترونية: [24]

1. **التفاعل بين المستخدم والمحرر:** وأبرز الأمثلة التطبيقية على هذا المستوى هو البريد الالكتروني.
2. **التفاعل بين المستخدم وغيره من المستخدمين:** مثل استخدام جماعات المناقشة والنشرات الالكترونية.
3. أن يصبح المستخدم نفسه مصدراً وذلك حتى تتاح له إمكانية التعليق على المادة ونشر رأيه وأيا كانت الإضافة التي يريد عرضها على الآخرين.

---

[23]- مهنا، فريال، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، مرجع سابق، ص 416.
[24]- المرجع السابق نفسه، ص 416.

4. التفاعل بين المستخدم والمادة نفسها من خلال تحكمه في محاور وأشكال المعلومات التي يتعرض لها.

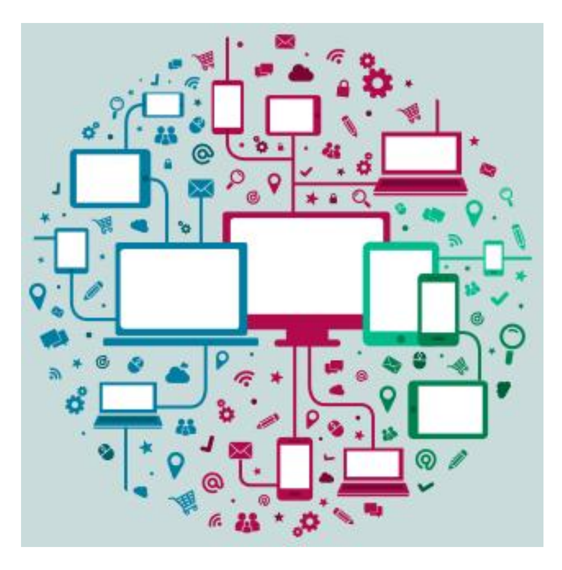
ويتأثر مستوى التفاعلية بكل واحد من هذه المتغيرات التالية:[25]

1. **نسبة المشاركة (Participation ratio):** تشير إلى عدد المشاركين والطريقة الّتي يشاركون بها، ويمكن أن يتنوع وفق عدد من الأشكال:
مشاركة بين شخص وشخص آخر، مشاركة بين شخص وأشخاص كثيرون، وكلما ارتفعت نسبة المشاركة تزايدت التفاعلية.
2. **التزامنية (Synchronicity):** تشير إلى الإطار الزمني الّذي يحدث فيه التفاعل، التفاعلية والتزامنية هي تلك الّتي تحدث بصفة فورية، أي كل المشاركين حاضرون بينما التفاعلية لا تزامنية تعني أن المشاركين غير حاضرين في نفس الزمن، وتتم التفاعلية هنا عن طريق رجع الصدى المكتوب، والتفاعلية أيضاً تتراجع كلما أصبحت المشاركة لا تزامنية.
3. **التماثل (Symmetry):** تشير إلى التوليف بين تكنولوجيات تتوسط التفاعل، فالتفاعل المتماثل يتم عندما يستعمل كلا الطرفين نفس الوسيط.

وأصبح الاتصال في اتجاهين دليلاً على أهمية الاتصال المواجه بالنسبة إلى الأشكال والأساليب الأخرى للاتصال لما يعكسه من مرونة في العملية الاتصالية وتحقيق أهدافها، وهو ما يعني قدرة القائم بالاتصال على تطوير عملية الاتصال بالتغيير أو التعديل بناء على تفاعل المتلقي مع كل من الرسالة والقائم بالاتصال ثم الاستجابة بعد ذلك في الاتصال العائد، وهو ما كان يضفي قيمة أخرى إلى الاتصال المواجه لتأثير العنصرين معا في المتلقي والعملية الاتصالية.

[25]- لامية، سهيلي. التفاعلية في المواقع الإخبارية الجزائرية، مرجع سابق، ص 61-62.

سابعاً: الأدوات التّفاعليّة في المواقع الالكترونية



إن توافر الأدوات التفاعلية مكّن المستخدمين من المشاركة النشطة والإيجابية والتفاعلية في العملية الاتصالية إلى درجة صعوبة التمييز بين المرسل والمتلقي في حالات متعددة، وهو ما عادت نتائجه على العملية الاتصالية عبر توسيع مجال الاتصال في ثلاثة ميادين :[26]

1. الطريق السريع إلى المعلومات يمدنا بوسائل إعلام جديدة والمزيد من الخيارات الاتصالية، وهو ما عمل على زيادة البدائل المطروحة.
2. الطريق السريع للمعلومات يتميز بأنه تفاعلي، حيث يتيح للمستخدمين مزيداً من التحكم في المعلومات والترفيه الذي يتم بثه، وتقوم التفاعلية بربط الناس الذين قد لا يرون بعضهم إطلاقاً من خلال البريد الالكتروني والجرائد اليومية والأدوات التفاعلية الأخرى.
3. الطريق السريع للمعلومات يخلق وسائل ربط بعيدة للأنشطة الشخصية.

إن توافر الأدوات التفاعلية المتاحة عبر شبكة الإنترنت من خلال النشر الالكتروني في المواقع الالكترونية الإعلامية سهّلت على الجمهور المشاركة النشيطة الفعالة في العملية الاتصالية، بحيث أصبح المستخدم/ المستقبل له حرية اختيار المحتوى الصحفي المنشور الذي يرغب به وبأي شكل (نص أو صورة أو صوت أو فيديو) وتبادله مع الآخرين والانتقال إلى روابط أخرى بأي وقت وأي مكان، إذ يتم التفاعل مع المادة المنشورة سواء عبر إرسال تعليق إلى الناشر أو الكاتب الالكتروني أو عبر إدراج تعليق/قراءة/نقد في مكان النشر ذاته.

(26)- اللبان ، شريف، دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، مرجع سابق، ص 67- 68.

وهناك بعض الخدمات التي تقدمها شبكة الإنترنت تعتبر مظهراً وأداه لتحقيق التفاعلية في ذات الوقت، وأهم هذه الخدمات:[27]



1. **البريد الالكتروني (Electronic mail):** يعتبر البريد الالكتروني إحدى وسائل تبادل الرسائل بين الأفراد والمنظمات،ويتم هذا التبادل والإرسال بسرعة وكفاءة وفعالية كبيرة، عن طريق استغلال إمكانيات الشبكات المختلفة، ويتميز بإتاحة أنماط أخرى للإرسال، مثل: إرسال نفس الرسالة لعدد كبير من المشتركين، كما يسمح الاتصال عن طريق البريد الالكتروني للمستخدمين بإرسال الرسائل النصية أو جداول الكترونية أو رسومات أو أصوات أو فيديو أو صور من شخص لآخر، عبر سلسلة الحاسبات الآلية المتصلة بالإنترنت، ويعتبر وسيلة ملائمة وسريعة لإمداد المعلومات، بالإضافة إلى أنه منخفض التكلفة وعليه يعتبر البريد الالكتروني من أولى وأهم الخدمات التي تحقق التفاعلية في استخدامات الانترنت.
2. **منتديات النقاش (Forums discussion):** ظهرت عاما 1996 منتديات النقاش بفضل برنامج (Ultimate bulletin boards) فبفضله تتيح شبكة الإنترنت الفرصة لمستخدميها لتبادل الآراء والأفكار حول الموضوعات المختلفة، مستخدمة بذلك البريد الالكتروني لإنشاء مجموعات نقاش تتسم بالعالمية، ويتوفر على النظامين التاليين:

- **مجموعة الأخبار (News group):** تمثل مجموعة الأخبار أو النقاش نوعاً من لوحات النشر الالكترونية (Electronic bulletin boards) المسمى السابق لها، ويمكن لأي مشترك في الشبكة أن يشترك في مناقشات أكثر من مجموعة حسب اهتمامه، كما يستطيع مراجعة هذه المجموعات من حين لآخر، وتمنحه أيضاً إمكانية إضافة خبر أو مذكرة وكذلك حق الرد عليها.

[27] - فضيلة، تومي. (د.ت). تكنولوجيا الاتصال-التفاعلية-وعلاقتها بالبحث العلمي في الجامعة الجزائرية، **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية،** عدد خاص: الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات في التعليم العالي. ص 510 – 512.

- **القوائم البريدية (Mailing lists):**

تشتمل القوائم البريدية الالكترونية على مجموعات كبيرة في مختلف التخصصات والمجالات لعرض الأخبار ولطرح الأسئلة أو نشر المذكرات المختلفة، وتتم إدارة بعض هذه القوائم بصورة آلية، ويتم إدارة البعض الآخر من القوائم البريدية عن طريق شخص مسبق يتلقى الرسائل البريدية الالكترونية للأشخاص الذين يرغبون في الاشتراك في المجموعات المختلفة، ويختلف العنوان الخاص بهذه المجموعات عن نظيره الخاص بمجموعات الأخبار. حيث أن العنوان في هذه القوائم تنطبق عليها الشروط الخاصة بالبريد الالكتروني.

3. المدونات (Blogs):

كان للمدونات تأثير كبير في صناعة الأخبار ونشرها، وشكلت في بعض الحالات وكالات إعلامية تخص صاحبها، إلا أنها تعاني من مشكلة المصداقية، رغم أنها تتلقى التعليقات والردود، ولقد استعملت المواقع الالكترونية هذه الخدمات بكثافة رغبة منها في منح الفرصة للمشتركين في صناعة المحتوى، وكذلك خلق المستخدم المتفاعل والمتجاوب مع الأخبار المنشورة.



كذلك توجد الأدوات التفاعلية التالية: [28]

1. صناديق الاقتراع أو الاستفتاء (Poll Box):

وهي أكثر الأدوات انتشاراً في الصحف الالكترونية حيث تطرح الصحف الأفكار أو الأحداث أو الشخصيات ويطلب من القارئ المشاركة بالتصويت أو الاقتراع على الفكرة أو الرأي أو السؤال المطروح للإجابة.

وتتميز هذه الأداة بالسهولة في التفاعل مع ما هو مطروح في صندوق الاقتراع أو التصويت من خلال قيام القارئ بتسجيل علامة الموافقة أو الاعتراض او التأمين أو المعارضة أو الحياد في

[28]- لامية، سهيلي، التفاعلية في المواقع الإخبارية الجزائرية، مرجع سابق، ص 65- 66.

المكان المخصص للتسجيل في الصندوق الذي عادة ما يكون في الصفحة الرئيسية أو واجهة التفاعل أو في نهاية الموضوعات أو الأفكار المطروحة.

2. الشبكات الاجتماعية (Social networks):

تستخدم الشبكات الاجتماعية (فيسبوك، تويتر، مايسبيس، وغيرها) في التفاعل والتواصل الإعلامي من خلال طرح الأخبار والتقارير والصور والفيديوهات على تلك الوسائل وأحداث التفاعل الجماهيري حولها وربما ينتشر الخبر من خلال هذه الوسائل قبل أن يصبح مادة مهمة على صفحات أو شاشات وسائل الإعلام المختلفة.

3. الفيديو التشاركي (Video sharing):

يلعب دوراً في نقل ما يحدث في أي مكان باستخدام الهاتف المحمول في التصوير والتسجيل ونقله إلى مواقع الفيديو.

4. مواقع الصور التشاركية (Shared photo sites):

مثل موقع Flicker من خلال تحميل الصور وكتابة التعليق عليها وتبادلها بين آلاف الأشخاص.

الخلاصة

تتناول هذه الوحدة دور التفاعلية في التحرير الالكتروني بداية بالتغيّرات التي أصابت مكونات العملية الاتصالية التقليدية (المرسِل والرسالة والوسيلة والمتلقي) وصولاً إلى الاتصال التفاعلي إذ بات المتلقي قادر على بسط نفوذه على المادة المنشورة عبر الانترنت وعملية الاتصال ككل، وتنتقل الوحدة إلى بدايات اهتمام باحثي الاتصال بدراسة التفاعلية ثم تعريف مفهوم التفاعلية ومحدداتها التي تعد معياراً لمستوى التفاعلية المتاحة لمتصفحي المواقع والتمييز بين نوعيها، وأبعاد التفاعلية في المواقع الالكترونية والخصائص التي يجب أن تلبيها لتصل بالعلاقات الاتصالية التفاعلية إلى مستوى اتصال حقيقي، ومستويات التفاعلية في المواقع الالكترونية إذ أمكن تحديد أربعة مستويات تتأثر بعدد من المتغيرات، ونختم الوحدة بشرح الأدوات التفاعلية في المواقع الالكترونية التي مكنت من المشاركة النشطة الإيجابية إلى درجة صعوبة التمييز بين المرسل والمتلقي في حالات عديدة.

المراجع

1. مييج، برنار، (2011). الفكر الاتصالي من التأسيس إلى منعطف الألفية الثالثة. (أحمد القصوار، مترجم). (ط.1). الدار البيضاء: دار توبقال.
2. خالد، نواف. محمد، خليل. (2011). الصحافة الإلكترونية ماهيتها والمسؤولية التقصيرية الناشئة عن نشاطها. مجلة الشريعة والقانون، العدد 46.
3. مهنا، فريال. (2002). علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية. (ط.1)، دمشق: دار الفكر.
4. خلف، جليلة. (2009). الوظيفة الإخبارية للبوابات الإلكترونية دراسة تحليلية للبوابات الإلكترونية العربية (نسيج – محيط – البوابة) للمدة من 2008/2/1 – لغاية 2008/4/30. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة بغداد.
5. الحمّامي، الصادق. (2007). المجال الإعلامي العربي: إرهاصات نموذج تواصلي جديد، مجلة المستقبل العربي، العدد 335.
6. نصر، حسني. 2015. اتجاهات التنظير في وسائل الإعلام الجديدة–دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة.
7. اللبان، شريف. (2005). الصحافة الإلكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع. (ط.1). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
8. حسونة، نسرين. الإعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف. استرجع بتاريخ 3–5–2017 من:
www.alukah.net/Books/Files/Book_4616/BookFile/alelam.PDF
9. خليل، صفاء. (2016). الوسائط المتعددة ودورها في تطوير الممارسة الصحفية –دراسة تطبيقية على عينة من الصحف السودانية في الفترة من عام 2012 – 2015 م.
10. زعموم، خالد. بو معيزة، السعيد. التفاعلية في الإذاعة: أشكالها ووسائلها.
11. لامية، سهيلي. (2015). التفاعلية في المواقع الإخبارية الجزائرية –دراسة تحليلية لموقعي الشروق اون لاين والنهار أون لاين. رسالة ماجستير. جامعة محمد بوضياف، المسيلة.
12. فضيلة، تومي. (د.ت). تكنولوجيا الاتصال–التفاعلية–وعلاقتها بالبحث العلمي في الجامعة الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد خاص: الحاسوب وتكنولوجيا المعلومات في التعليم العالي.

13. Kuyucu, Mihalis. (2014). New Communication Technologies and Journalism: The Creation of New Multimedia Newspaper with Milliyet Newspaper and Blippar. International Conference on Communication, Media, Technology and Design 24 - 26 April 2014, Istanbul – Turkey.
14. McMillan, Sally. (2002). A Four-Part Model of Cyber-Interactivity: Some Cyber-Places are More Interactive than Others. New Media & Society.
15. Opgenhaffen, Michael. d'Haenens, Leen. (2011). the Impact of Online News Features on Learning from News: A Knowledge Experiment, Op.Cit.
16. Van Nieuwerburgh, Sylvie. (D.t).Journalists in a Digital Age Trust Will Rule in the Future of Journalism. Master Thesis, University Leiden, Retrieved 1-6-2017. Available: www.denieuwereporter.nl/wp.../Scriptie%20alles%20versie%202.pdf
17. Zerba, Amy. (2004). Redefining Multimedia toward a More Packaged Journalism Online, Op.Cit.
18. Yuan, Zhoumin. (2015).The International Encyclopedia of Language and Social Interaction, (1st .ed).New Jersey: John Wiley& Sons, Inc.
19. Chung, Deborah. (2008).Interactive Features of Online Newspapers: Identifying Patterns and Predicting Use of Engaged Readers. Journal of Computer-Mediated Communication, 13.
20. Zerba, Amy. Redefining Multimedia toward a More Packaged Journalism Online .Op. Cit.
21. Chung, Deborah. Interactive Features of Online Newspapers: Identifying Patterns and Predicting Use of Engaged Readers.

التمارين

أجب عن الأسئلة التالية:

1. ما النقاط الأساسية التي اتفق عليها الباحثون في تعريف التفاعلية؟
2. ما المقصود بتفاعلية الوسيلة والتفاعلية البشرية؟
3. عدد أبعاد هيتر (Heeter) للتفاعلية.
4. ما الخصائص المطلوبة لتصل العلاقات الاتصالية التفاعلية إلى مستوى اتصال حقيقي؟
5. يتأثر مستوى التفاعلية بعدد من المتغيرات، وضح ذلك.

ضع إشارة (صح√ أو خطأ X) أمام العبارات الآتية:

1. كان سائداً ما يُسمّى التفاعلية التقليدية التي نجدها في الجرائد على شكل رسائل منشورة من ركن الرسائل إلى المحرر. صح
2. البعد التكنولوجييركز هذا البعد على الخصائص الجوهرية في الوسائط التكنولوجية وليس على المحتوى. صح
3. التفاعل الوظيفي مثل تفاعل الوسيلة، يتيح للمستخدمين "التنقل" في موقع يحتوي على ارتباطات تشعبية وشريط الأدوات. خطأ
4. المقصود بمتغير التزامنية عدد المشاركين والطريقة الّتي يشاركون بها. خطأ

ضع خطاً تحت الإجابة الصحيحة:

1. التفاعلية البشرية معروفة باسم المستخدم (**إلى النظام أو الوثائق أو محتوى التفاعل/ إلى المستخدم أو التفاعل بين الأشخاص**).
2. التفاعل التكيفي يشبه (**تفاعل الوسيلة / مزج تفاعل الوسيلة والتفاعل البشري**).

الوحدة التعليمية السابعة

الخبر الإلكتروني

الوحدة السابعة: الخبر الإلكتروني

- مقدّمة.
- تعريف الخبر الإلكتروني.
- ميّزات الخبر الإلكتروني.
- القيم الإخبارية في الخبر الإلكتروني.
- مراحل إنتاج الخبر الإلكتروني.
- مصادر الخبر الإلكتروني.
- تحرير الخبر الإلكتروني.
- قوالب بناء الخبر الإلكتروني.

الأهداف التعليمية:

بعد دارسة هذه الوحدة التعليمية يجب أن يكون الطالب قادرا على أن:

1. يعرّف الخبر الإلكتروني
2. يعدد ميّزات الخبر الإلكتروني
3. يميّز القيم الإخبارية في الخبر الإلكتروني
4. يتعلم مراحل إنتاج الخبر الإلكتروني
5. يعرف مصادر الخبر الإلكتروني
6. يتعلم طرق تحرير الخبر الإلكتروني
7. يميز قوالب بناء الخبر الإلكتروني

أولاً: مقدّمة



أحدث التطور التّقني نقلة نوعية في منظومة العمل الإعلامي التقليدي بشكل عام وتكنولوجيا إنتاج الأخبار بشكل خاص، حيث غيرت شبكة الانترنت بشكل ملحوظ أسلوب صناعة الأخبار وطريقة تحريرها ونشرها وإيصالها وتبادلها مع الجمهور مما أدى إلى تشكيل مفهوم جديد للخبر الصحفي يلبي حاجات الجمهور المتنوعة على شبكة الانترنت تحت مسمى "الخبر الإلكتروني".

ويعتقد باحثون أن "الانتقال إلى نشر الأخبار على شبكة الإنترنت هو الأحدث في سلسلة من التحولات التكنولوجية التي تتطلب من الصحفيين ليس فقط تكييف ممارساتهم اليومية ولكن لديهم أيضاً– على الأقل من وجهة نظر البعض – إعادة صياغة دورهم في المجتمع إذ تقدم الانترنت نفسها ليس فقط وسيلة للأخبار كشكل من تكنولوجيات الشبكة أو كمخزن للمعلومات، أو وسيلة من أشكال متنوعة من الاتصالات، ولكن أيضاً باعتبارها مساحة ثقافية لها طقوسها وقواعدها الخاصة". [(1)]



ولا يمكن إنكار أن "الإنترنت وفر القدرة التقنية للمستخدمين لقراءة الأخبار والتفاعل معها بطريقة لا يمكن أن توفرها الوسائل الإعلامية التقليدية، فالصحف لديها تقليد من السعي والجمع ومعالجة وإنتاج الأخبار في اتجاه واحد للتسليم اليومي، ويستطيع الإنترنت أن يعطي المستخدمين القدرة على جعل عملية المعالجة

[(1)] - Trench, Brian. Quinn, Gary. (2003). Online News and Changing Models of Journalism. **Irish Communications Review**, 9, p. 1.

أكثر شفافية إذ بإمكان زوار المواقع مشاهدة المصادر التي يعتمد عليها الصحفيون أو سماعها أو قراءتها". [1]

ويقسم الباحثون تاريخ الأخبار الإلكترونية على شبكة الانترنت إلى ثلاثة أجيال: [2]

انطلقت التجربة الأولى في نشر الأخبار الكترونياً في عام 1971م "عندما بدأ مكتب البريد العام في المملكة المتحدة العمل على ما أصبح يسمى خدمة بريستيل (Prestal)، إذ أطلق في عام 1979 م نشرات إخبارية وخدمات مصرفية منزلية وحجوزات طيران وغيرها من المعلومات عبر شاشات خاصة مثل التلفزيون".[3]

1. بدأ الجيل الأول من الأخبار الإلكترونية من أوائل التسعينات إلى منتصفها من القرن الفائت، حيث أنتجت المؤسسات الإخبارية وخدمات النت نصوص تشعبية بسيطة.
ففي الولايات المتحدة الأمريكية، فبعد شهرين من إطلاق أول متصفح ويب (Mosaic)عام (1993م) أطلق قسم الصحافة في جامعة فلوريدا ما يعتبر عموماً أن يكون أول موقع صحفي متخصص على شبكة الانترنت، وفي عام (1994 م) أنشأت صحيفة ديلي تلغراف (Daily Telegraph) في المملكة المتحدة "التلغراف الإلكتروني"، وبدأ مع ذلك نوع من الصحافة التي غيرت وجه الصحافة إلى الأبد.[4]

2. بدأ الجيل الثاني من منتصف التسعينيات إلى نهاية العقد العشرين لتصبح الصحافة أكثر استقلالية في جمع الأخبار الأصيلة وإنتاجها، وأصبحت التحديثات المستمرة أكثر شيوعاً مع ظهور الصوت والفيديو، وأصبحت الأخبار الإلكترونية أكثر مرئية وعمقاً وظهرت الدردشة التفاعلية والمناقشات مع إنشاء مجموعات الأخبار.

---

[1] - Smith, Jessica. (2005). Content Differences between Print and Online Newspapers. **Master Thesis**. University of South Florida, USA, p.3.
[2] -Bucy, Erik. (2004). Second Generation Net News: Interactivity and Information Accessibility in the Online Environment. **The International Journal on Media Management**, 6(1&2), p. 102-103.
[3] - Williams, Peter. Nicholas, David. The Migration of News to the Web. **Aslib Proceedings**, 51 (4), p.122.
[4] - Siapera, Eugenia. Veglis, Andreas. **The Handbook of Global Online Journalism**, Op. Cit. p.1.

3. أما الجيل الثالث من مواقع الأخبار الإلكترونية فمن المتوقع أن يستفيد من تحسين التطبيقات التفاعلية التي تخلق تجربة الأخبار المتكاملة الجديدة تماماً والتي من شأنها أن تعمل على إشراك المستهلكين "الجمهور" فيها.

ثانياً: تعريف الخبر الإلكتروني

إن اجتهادات علماء الإعلام وباحثيه ودارسيه في وضع تعريف موحد للخبر الصحفي المطبوع والإذاعي والتلفزيوني مازالت مستمرة في محاولاتهم للوصول إلى تعريف محدد للخبر الصحفي الإلكتروني، فالأخبار "واحدة من أصعب الموضوعات التي يمكن تعريفها في الاتصال الجماهيري، فهناك تعريفات متعددة للأخبار كتعدد الصحفيين".[1]

وعلى الرغم من تصوّر الناقدة جيرترود شتاين أنه "ليس بالمقدور تعريف الخبر"[2] واعتقاد آخرين أن "الخبر يشبه الجوع إذ لا يمكن تعريفه إلا إذا شعرنا به"[3] و "الأخبار تعني أشياء مختلفة جداً لناس مختلفين ولا تملك تعريفاً وحيداً"[4] إلا أن هناك أوجه اتفاق في الخصائص العامة لمفهوم الخبر.

ويعرّف الخبر الإلكتروني بأنه "حرفة صحفية تنطوي على جزء أساسي من العملية الإعلامية تشمل اختيار الأخبار وتحريرها ونشرها على المواقع الإلكترونية ". [5]

كما يعرف كلاً من حسني نصر وسناء عبد الرحمن الأخبار الإلكتروني بأنه " الأخبار التي يتم بثها على مواقع الصحف الإلكترونية ومواقع المحطات الإذاعية والتلفزيونية والمواقع الإخبارية المختلفة على الشبكة على مدار الساعة، وتخضع هذه الأخبار في غالبية المواقع إلى عمليات تحديث مستمرة تمكّن من إضافة أي تفاصيل جديدة إلى الحدث وتُزوَّد شأنها شأن الأخبار الصحفية والتلفزيونية بالصور والخلفيات بالإضافة إلى ربطها بالأحداث المشابهة وقواعد البيانات والمعلومات".[6]

---

[1] - Tobechukwu, Nnamdi. Christine, Ekeanyanwu. Bel- Molokwu,Ofulue. Onwubere, Chidinma. (2012). **News Writing and Reporting**. (1ST .ed). Abuja: National Open University OF Nigeria. p. 1.

[2] - هستر، ألبرت. لان جي، واي.(1988). **دليل الصحفي في العالم الثالث**. (كمال عبد الرؤوف، مترجم). (ط.1). القاهرة: الدار الدولي للنشر والتوزيع، ص 37.

[3] - المرجع السابق نفسه، ص 37.

[4] - **Measuring News Consumption and Attitudes**. (2012). Kantar Media, p 5. Retrieved 7- 4- 2017. Available:
http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/consultations/measuring-plurality/statement/Annex5.pdf

[5] – Ukonu, Michael. (2013). **News Editing and Design**. (1ST .ed). Nigeria: Charisma Publishers Ltd, p. 12.

[6] - نصر، حسني. عبد الرحمن، سناء. التحرير الصحفي في عصر المعلومات- الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 30.

وينظر البعض إلى الخبر الإلكتروني أنه " ذلك الحدث الذي نشاهده وهو يقع، وأصبح من الصعوبة التفرقة بين ما هو إعلام وطني وما هو إعلام دولي".[1]

ثالثاً: ميزات الخبر الإلكتروني

ينفرد الخبر الصحفي الإلكتروني بعدد من الميزات مقارنة بالأخبار المنشورة في الوسائل الإعلامية الأخرى وأبرزها[2]:

1. **تعدد الوسائط المستخدمة في تقديم الأخبار:**

إذ لا يقتصر الأمر على الكلمة المطبوعة والصورة الفوتوغرافية كما هو الحال في الخبر الصحفي، كما لا يقتصر على الكلمة المنطوقة والصورة المتحركة كما هو الحال في الخبر الإذاعي والتلفزيوني، فالخبر الإلكتروني يُقدّم مزوداً بكل الوسائط السابقة، إذ يشمل الكلمة المطبوعة والصور الثابتة والمتحركة، كما يمكن لمستخدم الكمبيوتر الاستماع للخبر صوتياً.

2. **تعدد المصادر وتنوعها:**

إذ لا يكون المستخدم كما هو الحال في الصحافة الورقية والمحطات الإذاعية والتلفزيونية مكرهاً على التعرض فقط للأخبار التي يجمعها مندوبو الصحيفة وتعكس وجهة نظرهم وتقديرهم الشخصي للأحداث، ويستطيع التنقل بين المواقع للتعرض لمختلف الروايات في الحدث الواحد.

3. **التحديث المستمر للأخبار:** على مدار الساعة.
4. **البحث داخل الأخبار وفي الأرشيف الإخباري** سواء داخل الموقع أو في شبكة الانترنت.
5. **ربط الأخبار المنشورة بالأخبار المشابهة** لها داخل الموقع أو في المواقع الأحرى، وتقديم إضافات أكثر وخلفيات عن الأحداث والشخصيات والأماكن الواردة في الخبر.
6. **إمكانية وصول أخبار معينة** فور وضعها في الموقع إلى صندوق البريد الإلكتروني الخاص بالمستخدم من خلال الاشتراك في خدمة النشرات الإلكترونية .

---

(1) - غازي، خالد. الصحافة الالكترونية الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح، مرجع سابق، ص 75.

(2) - نصر، حسني. عبد الرحمن، سناء، التحرير الصحفي في عصر المعلومات- الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 31 – 32.

كما أن تناول الخبر على الإنترنت "يتميز بحريّة أكثر بكثير من تناوله في الصحف الورقية فلا يوجد أي رقيب يمنع أو يراجع حتى في حالة عمل فلتر أو حجب الموقع". [1]

رابعاً: القيم الإخبارية في الخبر الإلكتروني

هناك مجموعة من القيم الإخبارية المتفق عليها في الوسط الأكاديمي الإعلامي تمثل إطاراً مرجعياً في الحكم على أهمية الأحداث ونشرها سواء في الإذاعات المسموعة والمرئية أو الصحف المطبوعة والإلكترونية والتي بدون توافرها لا يمكن للحدث أن يحظى بالنشر.

وتعرّف القيم الإخبارية بأنها "المعايير التي تحدد ما إذا كان ينبغي أن تعطي حدثاً معيناً التغطية ومقدار البروز"[2]، و"تقدير أهمية الخبر، ومدى مسايرته لسياسية الصحيفة والمصلحة العامة، وعلى هذا الأساس يتحدد مكان النشر بالصحيفة والمساحة التي ينشر فيها".[3]

ويأخذ بعين الاعتبار أن "بنية القيم الإخبارية تبرز حين نصنفها انطلاقاً من نوع الحدث وطبيعة المؤسسة الإعلامية والمجتمع الذي تعمل فيه هذه المؤسسة"[4]، وبناء على ذلك يقع على عاتق محرر الأخبار الإلكترونية أعباء متزايدة يومياً وبشكل متلاحق كل ساعة وكل دقيقة وربما كل لحظة إذ ينبغي عليه المفاضلة بين الأخبار وفي الوقت ذاته اختيار الكلمات والأفكار وقوالب بناء الخبر وطريقة عرضه ودعمه بالصور والوسائط المتعددة الأخرى المتاحة.

وتعدّ معايير التكرار والعتبة (الضخامة) والوضوح والمغزى والانسجام والفجائية والاستمرارية والتكوين والإشارة للأمم النخبة والناس النخبة والشهرة والسلبية والقرب والصراع والطرافة والغرابة والإثارة والنتائج والفائدة والتنبؤ أبرز معايير اختيار الأحداث وتحويلها لأخبار صحفية إلكترونية.

ويحصر مايك ورد **(Mike Ward)** في كتابه الصحافة الإلكترونية**(Online Journalism)** ثلاثة معايير للأخبار التي تستحق النشر في المواقع الإخبارية الإلكترونية وهي:[5]

---

[1] - Williams, Peter. Nicholas, David. The migration of news to the web, Op. Cit. p. 122.

[2] – Agunda, John. **News Values in East Africa**. p. 1. Retrieved 15-4-2017. Available from: https://ace-notebook.com/news-values-free-related-pdf.html

[3] - شلبي، كرم. (1994). **معجم المصطلحات الإعلامية**. (ط.2). بيروت: دار الجيل، ص 663.

[4] – لعرج، سمير. (2008). بنية القيم الإخبارية: من الإخباري إلى الإخباري الجمالي، **المجلة الجزائرية للاتصال**، العدد 20، ص 1.

[5] – Ward, Mike. **Online Journalism**, Op. Cit. p. 36 -37.

1. **الصلة Relevance**: السؤال الذي يجب على الصحفي أن يطرحه دائماً، هل يمكن للقارئ أن يرتبط بأي شكل من الأشكال بقصّتي؟ ويتركز الاهتمام هنا على اثنين من المجتمعات: المجتمعات الجغرافية والمجتمعات ذات الاهتمام المشترك، إذ شجعت الانترنت المجتمعات ذات الاهتمام المشترك على حساب المجتمعات الجغرافية.
2. **الإظهار Revelation**: يمكن للقرّاء أن يعتبروا الخبر يستحق النشر إذا كان يقول لهم شيئاً جديداً أو على الأقل شيئاً لم يعرفوه في السابق، فمن المرجح أن تكون هذه المعلومات أخباراً مباشرة، ودافع للقراء لسد الثغرات في معارفهم.

3. **الإثارة Arousal**: الأخبار الفريدة من نوعها والدراماتيكية أو المسلّية التي تثير اهتمام القارئ، وهذا المحفز بعيد المنال ويحاول غالباً الصحفيون العثور عليه.

ويوجه **Ward** دعوة إلى تعزيز وتوسيع القيم الإخبارية عبر إبراز عنصر الاهتمام الإنساني فالناس تحب القراءة عن الناس لأن الحقائق والأرقام أو المفاهيم المجردة نادراً ما تكون جذابة.

خامساً: مراحل إنتاج الخبر الإلكتروني

يمرّ إنتاج الخبر الإلكتروني بمراحل عديدة ليظهر بصورته النهائية على الموقع الإلكتروني وهي:[1]

1. **الهدف**: المرحلة الأولى هي تحديد أغراض وأهداف الخبر التي سيتم إنتاجه.
2. **الرسالة**: تحديد رسالة الخبر أو القصة الإخبارية، والأدوار، والسياق وما إلى ذلك.
3. **اختيار وسائل الإعلام**: تعريف وسائل الإعلام والتقنيات المستخدمة في إنتاج وتوزيع الخبر (الطباعة، التلفزيون، الإنترنت، الصور،... الخ).
4. **بنية الخبر**:كتابة النص والقصص المصورة لتحديد ما المرئيات والأصوات التي يجب أن تستخدم.
5. **الإنتاج الإبداعي**: يتم إنتاج المواد البصرية، والصوت، والرسومات.
6. **التحرير**: يجري تحرير المواد لتكون جاهزة للنشر أو لتوزع في وسائل الإعلام المحددة.

---

(1) - **Online Journalism**. Virtual University of Pakistan. p. 92. Retrieved 7-4-2017. Available from: http://vulms.vu.edu.pk/Courses/MCM517/Downloads/Online%20Journalism%20mcm517.pdf

7. **النشر/التوزيع:** عند نشر وتوزيع الخبر على شبكة الإنترنت أو عن طريق البريد الإلكتروني فإنه يصل إلى المتلقي النهائي أو المستخدم.

ويعرض علي كنعان خطوات تحرير الخبر الإلكتروني وفق الآتي:[1]

1. التخطيط لتغطية الخبر المتوقع وتحديد المحاور وتقسيمها بين المحررين.
2. جمع المعلومات المتعلقة بالخبر من المصادر الصحفية.
3. التقاط الصور الرقمية المناسبة للخبر.
4. مراجعة المادة الصحفية المكتوبة واستكمالها.
5. تقييم المادة لمعرفة مدى صلاحيتها للنشر.
6. تجهيز الرسوم التعبيرية واليدوية المصاحبة للموضوع.
7. تحديد شكل المادة الإخبارية.
8. التحرير النهائي للنص.
9. المراجعة النهائية.
10. التقييم النهائي للنص وتحديد أولويات النشر.

كما يمكن أن تتحدد مراحل إنتاج الخبر الإلكتروني بأربع مراحل:[2]



1. تحديد وإيجاد الأخبار و/أو المعلومات التي سوف تجذب وتثير اهتمام الجمهور/القراء بشكل رئيسي.
2. جمع كل المواد اللازمة لقول قصة/ تزويد المعلومات.
3. اختيار من جميع المواد أفضلها.
4. تقديم المواد بأكبر قدر ممكن من الفعالية.

---

(1) - كنعان، علي. الصحافة الالكترونية في ظل الثورة التكنولوجية. مرجع سابق، ص 93.

(2) - Ward, Mike. Online Journalism. Op. Cit. p. 30.

سادساً: مصادر الخبر الإلكتروني

يحتاج الصحفيّ الإلكتروني إلى مصادر تزوده بالمعلومات أثناء إنجازه لأي مادة إخبارية، وقد تتداخل هذه المصادر بالخبر الواحد إلا أنها في جوهرها جزء لا يتجزأ من الخبر بل ومؤثّرة على صناعته، وتمثّل المصادر الإخبارية "حجر الأساس في كتابة الخبر الصحفي، فإعداد المصادر بشكل جيد يساعد على كتابة الخبر الصحفي بانسيابية أما إذا فقدت أحد المصادر الرئيسية فلن يكون الخبر قابلاً للنشر، بصرف النظر عن جودة الكتابة أو أهمية الموضوع أو الجهد الفائق الذي بُذل في كتابة الخبر الصحفي"[1].



وتُعرّف مصادر الخبر بأنها "الأدوات التي تحصل الجريدة من خلالها على مادتها الإخبارية" [2]، و"لا يمكن للصحفي أن يستغني عن مصادر الخبر، فهو يستطيع الاستغناء عن المستقبِل أكثر من استغنائه عن مصادره على المدى القصير".[3]

وتعد شبكة الانترنت بحد ذاتها مخزناً هائلاً للمعلومات وإن كان الكثير منها لا يشكل أخباراً، ويستعين محررو الأخبار الإلكترونية بعدد من مصادر الأخبار التقليدية (صحف، مجلات، محطات إذاعية وتلفزيونية، ووكالات أنباء) والوسائل التقنية الحديثة على شبكة الإنترنت في جمع المعلومات وأبرز هذه الوسائل:[4]

---

[1] - بيكلر، كولين. بوردن، أنثوني. شازان، إيجال. ديفيز، آلان. جوكز، ستيفن. ماكلويدن، جون. ستروبهلين، أندرو. سوليفان، ستيسي. فولتي، جون. ويست، جون. (2004) **الصحافة من أجل التغيير: كتيب الصحفيين المحليين العاملين في مناطق الأزمات** لندن: معهد صحافة الحرب والسلام، ص62.

[2] - ابراهيم، اسماعيل. (1998). **فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق**. (ط.1). القاهرة: دار الفجر، ص 35.

[3] - شعباني، عبد القادر. جابر، راغب. قنديل، وائل. قطينة، أسامة . (2006). **المعالجة الخبرية التلفزيونية العربية بين المتطلبات المهنية والتوجهات السياسية**، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية- اتحاد إذاعات الدول العربية، ص14.

[4] – Ganiyu, Mudathir. Akinret, Qasim. The Secrets of Multimedia and Online Journalism, Op. Cit. p. 16-

1. **المقابلات:** يمكن للصحفي إجراء مقابلات عبر الانترنت من خلال البريد الإلكتروني، أو إجراء الدراسات الاستقصائية عبر الانترنت لبناء الخبر.



2. **الوثائق وتقارير اللجان:** مثل النشرات الصحفية من قبل المنظمات والقصص من وسائل الإعلام الأخرى.
3. **البيانات:** الأرقام والإحصاءات المقدمة أو التي تصدرها المنظمات الحكومية أو شبه الحكومية أو الوكالات.
4. **الملاحظات الشخصية:** بعض الأحيان يكون الصحفيون شهود عيان على الأحداث التي تصنع الأخبار، وفي هذه الحالة سيكون لهم الحرية في الإبلاغ عن هذه الملاحظات.
5. **التحقيقات:** تظهر جهود واعية للكشف عن بعض القضايا والسعي إلى تقرير متعمّق عن موضوع عن الصالح العام.
6. **المشاريع الخاصة:** بعض الصحف تشرك بعض موظفيها في تحديد أفكار ومبادرات معينة.
7. **الجولات المرافقة:** معظم الشركات متعددة الجنسيات والشركات البارزة تدعو الصحفيين لجولة في مبانيها، وهي فرصة فريدة للصحفيين لكي يكونوا على دراية أفضل بعمليات الإنتاج، ما يبرهن على ثقة الشركة ومسؤوليتها الاجتماعية.
8. **التصريحات الصحفية:** في عالم المعلومات القائم على التكنولوجيا والمعرفة تستخدم المنظمات المختلفة الموظفين الذين يكتبون قصص عن الشركة أو أنشطة المنظمة ومنظورها ويرسلونها إلى مؤسسات الإعلام عبر البريد الإلكتروني أو خدمات البريد السريع.
9. **البيانات الصحفية.**
10. **المكالمات الهاتفية:** أصبحت المكالمات الهاتفية أدوات حقيقية لربط الأحداث بالصحفيين أينما كانوا.

ومع ازدياد رقمنة المعلومات على الانترنت زادت معها القدرة على تسهيل عملية البحث الصحفي عن مصادر الأخبار من حيث:[1]

1. **مجموعة المصادر :** سواء كانوا ناس أو وثائق أو أرشيف البيانات أو الأخبار.
2. **الكمية الذي يمكن الوصول إليها :** الملايين من الوثائق والقصص وجهات الاتصال.
3. **سرعة الوصول:** مثل كلمات البحث في قاعدة بيانات كبيرة مثل (Lexis–Nexis)التي تتضمن محتوى تحريري من مئات الصحف ومقالات المجلات وتقارير المنظمات،.. الخ، والتي يتم تحديثها يومياً.
4. **التعامل مع المعلومات:** عندما يكون لديك (على سبيل المثال تحليل البيانات على جدول بيانات).



5. **القدرة على الاستفادة من الخطابات والمناقشات والخبرات:** وذلك من خلال قوائم نقاش البريد الإلكتروني أو مجموعات الأخبار.

[1] - Ward, Mike. Online Journalism, Op. Cit. p. 19.

وقد أظهرت الأبحاث أن مصادر الأخبار تؤدي وظائف عدة أهمها [1]:

1. تقديم وسيلة للتحقق من الأخبار.
2. إضافة لمصداقية الخبر.
3. الحد من عدم اليقين تحت ضغط الموعد النهائي للنشر.
4. تقديم وجهات نظر متنوعة.
5. حماية ضد الاتهامات بالتحيز.



سابعاً: تحرير الخبر الإلكتروني

يعتقد كثيرون أنه "ليس ثمة أسلوب خاص للكتابة في الانترنت، وتتبع كتابة النص للشبكة تلك القواعد نفسها التي يتطلّبها النص المطبوع، ولكن هناك بعض السمات الخاصة"[2]، والمقصود بالسمات الخاصة انعكاس الإمكانيات الكبيرة التي توفرها المواقع الإلكترونية من مزايا تفاعلية في تحرير الخبر الصحفي.

وتتألف بنية الخبر الإلكتروني في المواقع الإلكترونية من:

1. العنوان (Headlines):

---

[1] - Strömbäck, Jesper. Dimitrova, Daniela. (2011). Election News in Sweden and the United States: A Comparative Study of Sources and Media Frames. **Journalism**, 13(5). P 609.

[2] ـشميدت،إليزابيث .تيروك،ماركوس. بوش، ماركوس. (2012). **الطريق إلى الصحافة: أساسيات في الصحافة المطبوعة والمرئية والمسموعة والالكترونية.** برلين: مؤسسة MICT الإعلامية، ص 74.

تظهر الأخبار الإلكترونية في الصفحة الرئيسية لموقع الويب على شكل عناوين رئيسية قصيرة وبليغة، وعادة ما "تتكون هذه العناوين ليس من أكثر من 10 كلمات تسعى لتمثيل فكرة كاملة من قصة، وتم تصميم العناوين لفهم يسر وتسهيل التمتع بها".[1]



وهناك مجموعة من القواعد التي يراعيها **محررو عناوين الأخبار الإلكترونية وأهمها:** [2]

- **العنوان يعبر عن نفسه بنفسه:** بمعنى أنه يكفي للمستخدم أن يقرأ عنوان الموضوع فقط، حتى يتعرف على الفكرة الأهم دونما حاجة إلى قراءة التفاصيل.
- **العنوان سيظهر في نتائج محركات البحث:** وعلى رأسها Google، أو عبر خدمة RSS، أو يتم نشره ومشاركته على شبكات التواصل الاجتماعي (Face book، Twitter).
- **استخدم الكلمات المفتاحية:** وهي الكلمات المهمة في الموضوع المنشور، فعلى العنوان أن يحتوي على كلمة مفتاحيه واحدة على الأقل.
- **لا تحكِ القصة كاملة في العنوان:** حتى لا يتحول إلى ملخص، بل يكفي أن يكون قصيراً وواضحاً.
- **اختر أفضل فكرة أو معلومة لتبرز في العنوان:** أول شيء يراه القارئ ويقوده إلى داخل الموضوع. لذلك اجعل العنوان مثيراً للانتباه.
- **اكتب عنوانا عملياً لا ذكياً:** إنك تكتب لقارئ يبحث عن المعلومة بسرعة، فاجعل العنوان واضحاً وليس مبهماً، فقد يبرز عبر شريط إخباري في الشبكات الاجتماعية أو الأجهزة المحمولة كما أنه متاح للقراءة في فترات زمنية مختلفة، وقد يصل قارئ ما إلى موضوعك

[1] - Yuan, Zhoumin. (2015). **Online News - The International Encyclopedia of Language and Social Interaction**. (1st ,ed). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc, p. 3.

[2] راوتي، عادل. **الصحافة الالكترونية- الكتابة للمواقع الالكترونية** ، ص 6. استرجعت بتاريخ 7- 4- 2017 م من: http://adelraouti.net/blog/digital-journalism/writing-for-web/#news_structure

بعد مرور سنوات عبر محركات البحث، لذلك من المهم استخدام الكلمات المفتاحية وذات الدلالة.

2. المقدمة (المدخل، الصدر، الاستهلال) The Lead



تشكل المقدمة مدخلاً لقراءة الخبر الإلكتروني حيث توعد المستخدم بمعلومات مهمة حيث "تشكل الجملة الأكثر أهمية في القصة وتغطي الحدث الرئيسي وأحياناً الحدث الثانوي، وتصف الفاعلين ومكان الحدث.., والعبارة الأولى تركز على القيم الإخبارية"(1).

وتخبر المقدمة القراء "كيف تؤثر القصة بهم" (2)، لذلك يجب "بناؤها بعبارات واضحة بسيطة بمعدل من فقرة إلى فقرتين من القصة الخبرية، والفقرة يجب أن تكون قصيرة كالجملة"(3) بحيث تسّهل على القارئ استيعاب الخبر والرغبة في الحصول على مزيد من المعلومات.

من الأفضل أن تجيب مقدمة الخبر الإلكتروني عن الأسئلة الخمسة وهي (من، ماذا، أين، متى، لماذا).

وأشهر أنواع مقدمات الأخبار:(4)

1. **المقدمة الملخصة**: تلخص أهم المعلومات التي يحتويها الخبر.
2. **المقدمة الاقتباسية**: تضم أهم معلومات في تصريح المصدر.
3. **المقدمة القنبلة**: عبارة عن جملة واحدة أو فقرة مختصرة جداً ولكن فيها المعلومة التي يبحث عنها الناس وينتظرونها بشغف.

---

(1) - Thomas, Ruth. 2008. **The Making of a Journalist: The New Zealand Way**. p. 79. Retrieved 1-4-2017 from: http://aut.researchgateway.ac.nz/bitstream/handle/10292/466/ThomasR.pdf?sequence=7

(2)- Rich, Carole. **Writing and Reporting News**: A Coaching Method. (6th, ed). P 23. http://www.bama.ua.edu/~creative/JN311/documents/Student_eWorkbook.pdf

(3) - Fowler, Gene. **Basic News Writing- Hard News.** p. 11. Retrieved 2-4- 2017 from: http://www.lssc.edu/faculty/heather_j_elmatti/Shared%20Documents/MMC%202100/News%20Writing%2010.pdf

(4) - ابراهيم اسماعيل، مرجع سابق، ص 88.

4. **المقدمة المجاز**: تعتمد على استخدام الكلمات بمعان مجازية.
5. **المقدمة المثل والحكمة**: تحوي أمثالاً شعبية وحكماً متداولة.
6. **المقدمة الغريبة أو الطريفة**: عادة ما تكون في الأخبار التي يكون فيها عنصر الغرابة والطرافة مرتفعاً.
7. **المقدمة الوصفية**: التي تصف كيفية وقوع الحادث ومكانه.
8. **المقدمة السؤال**: عبارة عن عدة أسئلة إجاباتها في صلب الخبر.
9. **المقدمة الحوار**: عادة ما تكون في أخبار المناظرات واجتماعات البرلمانات.
10. **المقدمة التناقضية**: تقوم على المفارقات والمتناقضات.

3. الصلب (الهيكل، الجسم، الوسط) The Body

صلب الخبر يعد "الكتلة الرئيسية في الخبر، وهو الخبر الذي يتضمن جميع الوقائع والتفاصيل المتعلقة بجميع العناصر الإخبارية، ولذلك فهو مُوجَّه أساساً للقارئ المعنيّ بالحدث والذي يريد أن يعرف بالضبط حقيقة ما حدث" [1].

ويقوم جسم الخبر الالكتروني على ما يلي:[2]

- **تجزئة الموضوع إلى فقرات (فقرة لكل فكرة):** وهذا بهدف تسهيل مهمة تنقّل عين المستخدم بين الفقرات، ويتم ذلك بفصل الموضوع إلى فقرات (Paragraphs) قصيرة تفصل بينها فراغات، ولا تتجاوز الفقرة ثلاثة أو أربعة أسطر، على أن تحتوي كل فقرة على فكرة أو معلومة، وفي حال تعددت الفقرات فمن الأفضل ترتيبها في أقسام ومحاور بعناوين فرعية تفصل بينها وباقي الأقسام.
- **العناوين الفرعية:** أحياناً يكون الموضوع الصحفي طويلاً بعض الشيء ويتناول محاور عدة، ومن الأفضل وضع عنوان فرعي خاص بكل محور حتى تساعد القارئ على تصفح الموضوع بطريقة سهلة.

---

[1] - خضور، أديب. (2000). **مدخل إلى الصحافة نظرية وممارسة**. (ط.2). دمشق: سلسلة المكتبة الإعلامية، ص87.
[2] –راوتي، عادل. الصحافة الالكترونية- الكتابة للمواقع الالكترونية، مرجع سابق، ص 7.

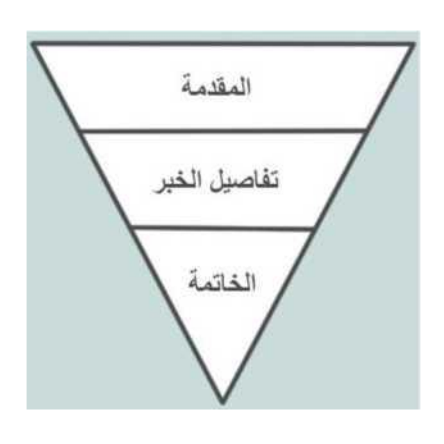
- **النقاط والقوائم(Points & Lists)**: فهي تساعد على فهم واستيعاب الأفكار عبر ترتيبها في نقاط وقوائم، بدل أن تكون على شكل فقرة بجمل مترابطة.
- **استخدام الروابط الداخلية أو الخارجية**: ضع روابط (Links) داخل النص (بدون إفراط في ذلك)، فالروابط الداخلية هي التي تربط بين النص وصفحة في نفس الموقع. أما الروابط الخارجية، فتربط النص بصفحات تتبع مواقع أخرى.
- **استخدام مربعات الاقتباسات**: بعد الإجابة عن الأسئلة الخمسة في مقدمة الخبر الصحفي تأتي معلومات المستوى الثاني من حيث الأهمية،حيث ينطلق الصحفي للتعمق والإسهاب في الموضوع فيحتاج إلى الاستشهاد بتصريحات الأطراف المعنية بالخبر الصحفي عبر نقل كلامهم في شكل اقتباسات تلفت نظر القارئ، ومن الأفضل إبراز الاقتباسات المهمة داخل مربعات أو صناديق جانبية في أعلى الصفحة أفضل من الاقتباسات التي تظهر داخل النص، ويتم استخدام الاقتباسات بكثرة في الصحافة الإلكترونية نظراً للمساحة المفتوحة المتاحة في الصفحة مقارنة بالصحافة المكتوبة التي تلتزم بإطار مكاني محدد سلفاً.

ثامناً: قوالب بناء الخبر الإلكتروني

يلجأ محررو الأخبار الإلكترونية إلى صياغة وترتيب وقائع الأحداث وفق أساليب تحريرية من خلال توظيف إمكانيات الانترنت المتاحة حيث" استفادت الصحافة الإلكترونية من القوالب التحريرية الصحفية التقليدية، وحاولت أن تطور أساليب الكتابة، وتركز على قوالب بعينها، وتطور قوالب أخرى؛ لاجتذاب القارئ ذي الخصوصية في استخدام الانترنت كوسيلة". [1]

ويمكن تمييز قوالب عدة لنشر الخبر الإلكتروني أهمها:

[1] – اللبان، شريف.الضوابط المهنية والأخلاقية للإعلام الجديد، مرجع سابق، ص 108.



1. **قالب الهرم المقلوب (The Inverted Pyramid Format):**

عند تحرير الخبر الصحفي بطريقة الهرم المقلوب يتبع الصحفيّ الخطوات التالية: [1]

- تجميع الحقائق: من، ماذا، متى، أين، لماذا، كيف.
- إيجاد ملامح القصة.
- ترتيب المعلومات تنازلياً من الأهمية.
- كتابة المقدمة: يجب أن تحتوي على ملامح من القصة.
- كتابة فقرة داعمة بعد المقدمة، هذه الفقرة يجب أن تشرح المقدمة وتتوسع مع مزيد من المعلومات.
- بناء الفقرات مع الاقتباسات والفقرات الانتقالية.

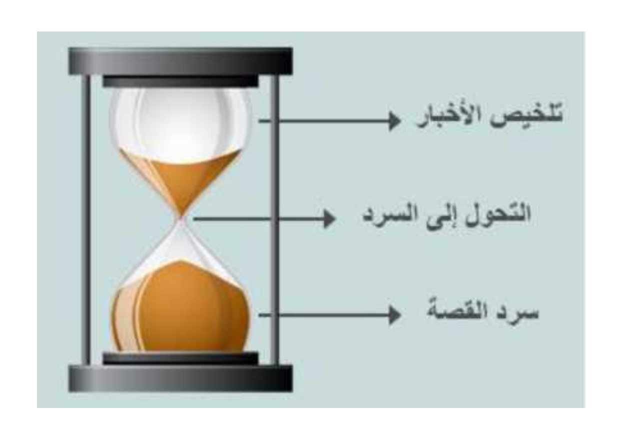


قالب تقنية القوائم (List Technique): يفيد في تقديم الوقائع بشكل مختصر إذ "تقدم مقدمته تلخيص للخبر مع التركيز على الواقعة الأكثر أهمية فيما يحمل الصلب تفاصيل الوقائع الواردة ضمن القائمة، أما الخاتمة تحتوي على توسيع يلخّص كل ما ورد في قائمة صلب الخبر عن نقاط هامة، ويفيد في الاجتماعات الحكومية وبرامجها وإجراءاتها ونتائج الدراسات وبرامج الأشخاص والندوات"[2].

[1] - **Writing News Stories Inverted Pyramid Style of Writing**, p. 1. Retrieved 1-4-2017. Available: http://north.d127.org/teachers/bsmith/journalism/Lists/Calendar/Attachments/9/Inverted%20Pyramid%20and%20Lead%20Writing%20Worksheets.pdf

[2] - المصري، عربي. **علوم الخبر وفنون تحريره**. (2005). (ط.1). دمشق: الأكاديمية الوطنية للعلاقات العامة والإعلام، ص 110- 111.

2. **قالب الساعة الرملية (Hourglass Structure):** تشبه بدايته الهرم المقلوب ويضم لأهم المعلومات في أعلى الخبر ثم يحتوي على سرد تتابعي لبقية أجزاء الخبر، ويتكون من مقدّمة ملخصة ثم معلومات عن خلفية الحدث، ثم عرض أهم وجهات نظر أطراف الحدث ومن ثم عرض زمني متتالي للأحداث الفرعية في الخبر"[1]، وتوجز ديبرا بوتر قالب الساعة



الرملية "يبدأ بالطريقة العادية وهي أهم المعلومات لكنه ينعطف بعد بضعة فقرات ويصبح سرداً يروي الأحداث عادة حسب تسلسلها الزمني"[2]، ويستخدم هذا القالب في "أخبار المحاكم والجرائم والكوارث والاحتفالات والسيرة الذاتية للشخصيات الهامة لما يتضمن من أحداث درامية منساقة للتسلسل الزمني، وخلفيات عن الحدث"[3].

3. **قالب وول ستريت جورنال (Wall Street Journal Formula):** يستخدم هذا القالب في "كتابة الأخبار الخفيفة Soft News ، والمبدأ الذي يرتكز عليه فهو الانطلاق من الخاص إلى العام" [4] حيث يبدأ بـ "حادث معين أو حكاية توفر انتقال إلى النقطة الرئيسية للقصة وإدراكها بصورة كبيرة"[5]، ويتكون القالب من:[6]

- مقدمة: تمهد لموضوع الخبر.
- جسم يتألف من ثلاث فقرات:
  - يسلط المحرر الضوء على أهم واقعة في الخبر أو القصة الرئيسية التي يدور حولها ويهيئ للقارئ ما تنطوي عليه هذه القضية من أهمية

---

[1] -نصر، حسني، عبد الرحمن، سناء.التحرير الصحفي في عصر المعلومات- الخبر الصحفي،مرجع سابق، ص 221.
[2] - بوتر، ديبرا. (2006). **دليل الصحافة المستقلة**، مكتب برامج الإعلام الخارجي- وزارة الخارجية الأمريكية، ص 26. استرجع بتاريخ 1-4-2017 من: http://www.ijnet.org/images/page/article/training/TM-IndependentMedia-ARA.pdf
[3] -المصري، عربي. علوم الخبر وفنون تحريره، مرجع سابق، ص 101.
[4] - راي تيل، ليونارد. تيلور، رون. مدخل إلى الصحافة جولة في قاعة التحرير، مرجع سابق، ص 226- 227 .
[5] - Melton, Rob. **Feature Writing the Wall Street Journal Feature Formula**, p 1. Retrieved 10-4-2017 from: https://jbass.pbworks.com/f/Wall+Street+Journal+Feature+Formula.pdf
[6] -شيخاني، سميرة.أثر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على تطور فنون الكتابة الصحفية- دراسة تطبيقية على الصحافة المصرية والسورية اليومية، مرجع سابق، ص 205.

o يتابع المحرر عرضه بقية الوقائع والمعلومات الخلفية، ويورد قصصاً مشابهة لموضوع الخبر، ويحاول دعمها بالاقتباسات والاستشهادات المتنوعة.

o تتسع كثير من النقاط المهمة التي يمكن الحديث عنها بالتفصيل، أسباب الواقعة التي يتناولها الخبر، شرح نتائجها، أو أي نقاط أخرى يرى المحرر ضرورة إضافتها للخبر.

- الخاتمة: عبارة عن دائرة تراجعية يعود المحرر مرة أخرى للمقدمة التي بدأ بها الخبر، وأحياناً يقدم لنا رؤية عن تطورات الأحداث مستقبلاً.



4. القالب الدائري الحلزوني أو قالب الدُّرز (Spiraling Format or Stitching Format): يجري تحرير الخبر في شكل دائرة حيث تكون "النقطة الرئيسية هي الاستهلال، وكل النقاط المساندة يجب أن تعود إلى النقطة المركزية في الاستهلال، وعلى عكس الهرم المقلوب في النمط الدائري كل جزء متساو في الأهمية وقد ترجع الخاتمة إلى نقطة الاستهلال"[1]، وبالتالي "يعتبر القالب الحلزوني تتويجاً لفكرة فورك **(FORK)** حول إعادة المفردات المفتاحية " Repetition of Key Words" الذي يوفر انتقالات رشيقة في ربط الفقرات لتكون بمثابة جسر فكري يربط كل فكرة بأخرى" [2].

---

[1] - نصر، حسني. عبد الرحمن، سناء. التحرير الصحفي في عصر المعلومات- الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 222.
[2]- المصري، عربي. علوم الخبر وفنون تحريره، مرجع سابق، 153.



5. **قالب لوحة التصميم Storyboard:** يأخذ في اعتباره أن الخبر الإلكتروني يتميز عن المطبوع باستخدام كل الإمكانات التي تتيحها بيئة العمل على شبكة الانترنت خاصة الوسائط المتعددة التفاعلية، ويتكون من إطارين موجودين على الصفحة الرئيسية Home Page يحتوي الإطار الأول على عنوان المادة الرئيسية وأهم نقطة في المادة الخبرية أو مقدمتها في حال وجودها، وفي الإطار المقابل يتم وضع عناصر الوسائط المتعددة من مقاطع صوتية أو لقطات فيديو أو عناصر غرافيكية (رسوم بيانية– إيضاحية– جداول).[1]

6. **النمط الخطي (Linearity):** هو محور لكيفية بناء كل قطعة في الخبر أو القصة الإخبارية، ويمكن أن يتأثر التقسيم بخصائص الخبر/القصة، واحتياجات ومصالح المستخدم، منصة التوصيل المستخدم:[2]

- **خصائص الخبر/ القصة:** طريقة القصة نفسها يمكن أن تؤثر على كيفية تقسيمها في الطرق الثلاث التالية:
  - حجم ومدة التغطية: هل هي قصة مستعجلة رئيسية والتي قد تتطلب العديد من الصفحات المنفصلة والتحديثات المستمرة؟
  - اتساع وعمق التغطية: هل هي قصة معقدة مع العديد من الجوانب المختلفة؟.
  - نطاق التغطية :هل هذه القصة تحتاج إلى الوسائط المتعددة والميزات التفاعلية، وما إلى ذلك؟
- **احتياجات ومصالح المستخدم:** عند تفكيك وإعادة البناء، هناك حاجة للتفكر بـ:
  - اهتمامات المستخدم: أي الأجزاء من القصة سوف تحاكي مجموعات المستخدمين المستهدفين؟.

---

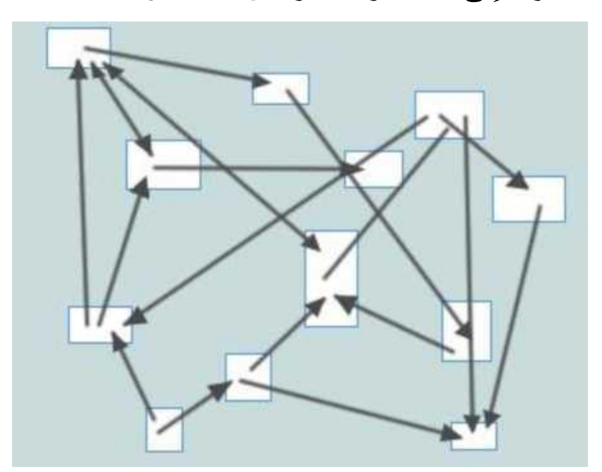
(1)- الشعراوي، أحمد. تأثير منافسة وسائل الإعلام الالكترونية في فن التحرير الصحفي- دراسة مسحية على عينة من الصحف المصرية والسورية،مرجع سابق،ص 193.

(2) - Ward, Mike. Online Journalism, Op.Cit. p.126 – 127.

- احتياجات المستخدم: هل يريد التحديثات المستمرة، الشرح المفصل، ميزات الشخصية التفاعلية، البيانات الخام، المطبوعات، وما إلى ذلك.

- **منصة التسليم المتاحة:** وتتضمن:
  - تسليم نفس الخبر/القصة الإخبارية إلى منصات متعددة (على سبيل المثال أجهزة الكمبيوتر الشخصية والهواتف المحمولة والتلفزيون على شبكة الإنترنت) سوف تصبح أكثر شيوعاً بسبب المنطق الاقتصادي.
  - نفس القصة تحتاج إلى بناءات مختلفة لجعلها تعمل بشكل فعال على مختلف المنصات.

7. **النمط اللاخطي (Nonlinear):** يقوم على وجود وصلات متعددة هايبر لينك (Hyperlink) تسمح للقراء باختيار الترتيب الذي يريدون من خلاله الوصول إلى المعلومات التي يتضمنها الخبر، ويبنى الخبر في هذا القالب في صيغة مقاطع بحيث يكون عنوانه ومقدمته على الصفحة الأولى من الموقع بالإضافة إلى وصلات جسم وتفاصيله وخلفياته التي توضع على صفحات أخرى من الموقع، ويأخذ هذا القالب شكل الشجرة الممتدة الفروع والأغصان أو شكل دائرة ذات أشعة تقود القارئ إلى عناصر الخبر من خلال وصلات النص الفائق.[1]



8. **قالب الكتل النصية بحجم الشاشة (Screen–Size Chunks):**

[1]- نصر، حسني. عبد الرحمن ، سناء. التحرير الصحفي في عصر المعلومات- الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 224- 225.



يتم في هذا القالب عرض المادة على شكل وحدات أو كتل كل منها بحجم شاشة واحدة، وتوجد وصلات بينها لكنها تنقل المستخدم بشكل خطي بين الوحدات مثل التالي، السابق، بحيث تبدو كل وحدة منها امتداداُ لما سبق وتمهيد للتالي، وليس لها نهاية محددة، وقد توجد وصلات خارجية تنقل لصفحات ومواقع أخرى على الانترنت ويناسب هذا القالب القصص والموضوعات التي تحتوي على عدة أحداث وكلها مترابطة بشكل منطقي.[1]

9. **قالب المقاطع السردية المتتالية (Sequential Narrative Sections)**: يلجأ المحرر في هذا الأسلوب إلى تجزئة الخبر إلى مقاطع، وبالتالي يمكن لأي مقطع أن يقدم وجهة نظر مختلفة أو واقعة بعنصر زمني مختلف سواء بالحاضر أو الماضي أو المستقبل دون وجود ذروة خاصة لأي مقطع حيث يتم سرد كم من المعلومات الهامة فقط".[2]



10. **قالب النص الطويل (Scrolling Stories):**



يقوم على عرض النص على شاشات متتالية بحيث يتصفحه المستخدم عن طريق أشرطة تصفح، ويستخدم في حالة المضمون الذي يتطلب عرضه بشكل خطي، ويلاحظ أن هذا الشكل لا يختلف عن الشكل التقليدي في المطبوعة.[3]

---

[1]- كنعان، علي. الصحافة الالكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، مرجع سابق، ص 103.
[2] - المصري، عربي، علوم الخبر وفنون تحريره، مرجع سابق، ص 133- 134.
[3] - كنعان، علي، الصحافة الالكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، مرجع سابق، ص 103.

11. **قالب المقاطع (Section Technique):**



يناسب هذا النمط الأخبار المركبة والمعمقة والقصص الخبرية، ويقوم على تقسيم الخبر إلى مقاطع، والتعامل مع كل مقطع على أنه خبر مستقل له مقدمة وجسم وخاتمة، ويتم تقسيم الخبر إلى أجزاء وفقاً لترتيب وقوع الأحداث، أو وفقاً للتطور الزمني للحدث.[1]

12. **قالب الهرم المُسقط (The Tumbled Pyramid):** هو نتاج الاهتمام بتضمين الوصلات التشعبية والاختصار في كتابة الأخبار على الإنترنت، ويتألف من:

- **المقدمة (قاعدة الوحدة) التي تجيب عن الأسئلة الرئيسية:** ماذا، متى، من، أين؟.
- **مستوى الشرح:** للإجابة عن أسئلة مثل: لماذا، وكيف؟ واستكمال أساسيات الحدث.
- **مستوى السياق** :يقدم مزيداً من المعلومات الإضافية، سواء كانت نصاً أو فيديو أو صوتاً أو فلاشاً متحركاً.
- **مستوى الاستكشاف:** عند هذا الحد من المستوى يمكن ربط الأخبار إما بمواد محفوظة داخل الموقع، وإما بروابط خارجية.[2]

---

[1] - نصر، حسني. عبد الرحمن ، سناء. التحرير الصحفي في عصر المعلومات- الخبر الصحفي، مرجع سابق، 221.
[2] - اللبان، شريف، الضوابط المهنية والأخلاقية للإعلام الجديد، مرجع سابق، ص 110.

الخلاصة

تناولنا في هذه الوحدة الخبر الإلكتروني بعدما غيرت شبكة الانترنت بشكل ملحوظ أسلوب صناعة الأخبار وطريقة تحريرها ونشرها وإيصالها وتبادلها مع الجمهور، ما أدى إلى تشكيل مفهوم جديد للخبر الصحفي، وتستعرض الوحدة التجارب الأولى في نشر الأخبار الكترونياً وتاريخ تطور الأخبار الإلكترونية على شبكة الانترنت، ثم تعرّف مفهوم الأخبار الإلكترونية ومميزات الخبر الإلكتروني عن باقي الأخبار المنشورة في الوسائل الإعلامية الأخرى، وتتطرق الوحدة إلى القيم الإخبارية في الخبر الإلكتروني، والتي يتحدد على إثرها مدى استحقاق الخبر النشر، وتشرح الوحدة مراحل إنتاج الخبر الإلكتروني وتحريره ليظهر بصورته النهائية في الموقع الإلكتروني، و مصادر الخبر الإلكتروني ودور شبكة الإنترنت في تسهيل عملية البحث عن مصادر الأخبار، ثم تحرير الخبر الإلكتروني في المواقع الإلكترونية وقوالب بنائه وفق أساليب تحريرية توظف إمكانيات الإنترنت المتاحة.

المراجع:

1. هستر، ألبرت. لان جي، واي.(1988). دليل الصحفي في العالم الثالث. (كمال عبد الرؤوف، مترجم). (ط.1). القاهرة: الدار الدولي للنشر والتوزيع.
2. نصر، حسني. عبد الرحمن، سناء. التحرير الصحفي في عصر المعلومات- الخبر الصحفي.
3. غازي، خالد. الصحافة الالكترونية الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح.
4. شلبي، كرم. (1994). معجم المصطلحات الإعلامية. (ط.2). بيروت: دار الجيل
5. لعرج، سمير. (2008). بنية القيم الإخبارية: من الإخباري إلى الإخباري الجمالي، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 20
6. كنعان، علي. الصحافة الالكترونية في ظل الثورة التكنولوجية.
7. بيكلر، كولين. بوردن، أنثوني. شازان، إيجال. ديفيز، آلان. جوكز، ستيفن. ماكلويدن، جون. ستروبهلين، أندرو. سوليفان، ستيسي. فولتي، جون. ويست، جون. (2004) الصحافة من أجل التغيير: كتيب الصحفيين المحليين العاملين في مناطق الأزمات لندن: معهد صحافة الحرب والسلام.
8. ابراهيم، اسماعيل. (1998). فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق. (ط.1). القاهرة: دار الفجر.
9. شعباني، عبد القادر. جابر، راغب. قنديل، وائل. قطينة، أسامة. (2006). المعالجة الخبرية التلفزيونية العربية بين المتطلبات المهنية والتوجهات السياسية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية- اتحاد إذاعات الدول العربية.
10. شميدت،إليزابيث .تيروك،ماركوس. بوش، ماركوس. (2012). الطريق إلى الصحافة: أساسيات في الصحافة المطبوعة والمرئية والمسموعة والالكترونية. برلين: مؤسسة MICT الإعلامية.
11. راوتي، عادل. الصحافة الالكترونية- الكتابة للمواقع الالكترونية ، ص 6. استرجعت بتاريخ 7- 4- 2017 م من:
 http://adelraouti.net/blog/digital-journalism/writing-for-web/#news_structure
12. خضور، أديب. (2000). مدخل إلى الصحافة نظرية وممارسة. (ط.2). دمشق: سلسلة المكتبة الإعلامية.
13. راوتي، عادل. الصحافة الالكترونية- الكتابة للمواقع الالكترونية.

14. اللبان، شريف.الضوابط المهنية والأخلاقية للإعلام الجديد.
15. المصري، عربي. علوم الخبر وفنون تحريره. (2005). (ط.1). دمشق: الأكاديمية الوطنية للعلاقات العامة والإعلام.
16. بوتر، ديبرا. (2006). دليل الصحافة المستقلة، مكتب برامج الإعلام الخارجي- وزارة الخارجية الأمريكية، ص 26. استرجع بتاريخ 1-4-2017 من:
http://www.ijnet.org/images/page/article/training/TM-IndependentMedia-ARA.pdf
17. راي تيل، ليونارد. تيلور، رون. مدخل إلى الصحافة جولة في قاعة التحرير.
18. شيخاني، سميرة.أثر تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على تطور فنون الكتابة الصحفية- دراسة تطبيقية على الصحافة المصرية والسورية اليومية.
19. الشعراوي، أحمد. تأثير منافسة وسائل الإعلام الالكترونية في فن التحرير الصحفي- دراسة مسحية على عينة من الصحف المصرية والسورية.
20. Trench, Brian. Quinn, Gary. (2003). Online News and Changing Models of Journalism. Irish Communications Review
21. Smith, Jessica. (2005). Content Differences between Print and Online Newspapers. Master Thesis. University of South Florida, USA.
22. Williams, Peter. Nicholas, David. The Migration of News to the Web. Aslib Proceedings, 51 (4).
23. Siapera, Eugenia. Veglis, Andreas. The Handbook of Global Online Journalism.
24. Bucy, Erik. (2004). Second Generation Net News: Interactivity and Information Accessibility in the Online Environment.The International Journal on Media Management, 6(1&2).
25. Tobechukwu, Nnamdi. Christine, Ekeanyanwu. Bel-Molokwu, Ofulue. Onwubere, Chidinma. (2012). News Writing and Reporting. (1ST .ed). Abuja: National Open University OF Nigeria.

26. Measuring News Consumption and Attitudes. (2012). Kantar Media, p5. Retrieved 7- 4- 2017. Available:
http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/consultations/measuring-plurality/statement/Annex5.pdf

27. Ukonu, Michael. (2013). News Editing and Design. (1ST .ed). Nigeria: Charisma Publishers Ltd.

28. Williams, Peter. Nicholas, David. The migration of news to the web, Op. Cit.

29. Agunda, John. News Values in East Africa. p. 1. Retrieved 15-4-2017. Available from:
https://ace-notebook.com/news-values-free-related-pdf.html

30. Online Journalism. Virtual University of Pakistan. p. 92. Retrieved 7-4-2017. Available from:
http://vulms.vu.edu.pk/Courses/MCM517/Downloads/Online%20Journalism%20mcm517.pdf

31. Ganiyu, Mudathir. Akinret, Qasim. The Secrets of Multimedia and Online Journalism.

32. Strömbäck, Jesper. Dimitrova, Daniela. (2011). Election News in Sweden and the United States: A Comparative Study of Sources and Media Frames. Journalism, 13 (5).

33. Yuan, Zhoumin. (2015). Online News - The International Encyclopedia of Language and Social Interaction. (1st ,ed). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

34. Thomas, Ruth. 2008. The Making of a Journalist: The New Zealand Way. p. 79. Retrieved 1-4-2017 from:
http://aut.researchgateway.ac.nz/bitstream/handle/10292/466/ThomasR.pdf?sequence=7

35. Rich, Carole. Writing and Reporting News: A Coaching Method. (6th ,ed). http://www.bama.ua.edu/~creative/JN311/documents/Student_eWorkbook.pdf

36. Fowler, Gene. Basic News Writing- Hard News. p. 11. Retrieved 2-4- 2017 from: http://www.lssc.edu/faculty/heather_j_elmatti/Shared%20Documents/MMC%202100/News%20Writing%2010.pdf

37. Writing News Stories Inverted Pyramid Style of Writing, p.1. Retrieved 1-4-2017. Available: http://north.d127.org/teachers/bsmith/journalism/Lists/Calendar/Attachments/9/Inverted%20Pyramid%20and%20Lead%20Writing%20Worksheets.pdf

38. Melton, Rob. Feature Writing the Wall Street Journal Feature Formula, p1. Retrieved 10-4-2017 from: https://jbass.pbworks.com/f/Wall+Street+Journal+Feature+Formula.pdf.

التمارين:

أجب عن الأسئلة التالية:

1. ما هي مميّزات الخبر الإلكتروني؟
2. تحدث عن معايير مايك ورد للأخبار التي تستحق النشر في المواقع الإلكترونية.
3. ما مراحل إنتاج الخبر الإلكتروني؟
4. كيف ساهمت رقمنة المعلومات في تسهيل عملية البحث عن مصادر الأخبار؟
5. ماهي قواعد تحرير عنوان الخبر الإلكتروني؟

ضع إشارة (صح√ أو خطأ X) أمام العبارات الآتية:

1. انطلقت التجربة الأولى في نشر الأخبار الكترونياً في عام 1971م "عندما بدأ مكتب البريد العام في المملكة المتحدة العمل على ما أصبح يسمى خدمة بريستيل Prestal. صح
2. بدأ الجيل الأول من الأخبار الإلكترونية في منتصف التسعينيات إلى نهاية العقد العشرين. خطأ
3. قيمة الإثارة في الخبر الإلكتروني تعني الأخبار الفريدة والدراماتيكية والمسلّية. صح
4. من قواعد تحرير عنوان الخبر الإلكتروني حكاية القصة كاملة في العنوان. خطأ

ضع خطاً تحت الإجابة الصحيحة:

1. المبدأ الذي يرتكز عليه قالب وول ستريت جورنال الانطلاق من **(العام إلى الخاص / <u>الخاص إلى العام</u>)**.
2. يعتبر **(<u>القالب الدائري الحلزوني</u> / قالب لوحة التصميم)** تتويجاً لفكرة فورك FORK حول إعادة المفردات المفتاحية.

الوحدة التعليمية الثامنة

التقرير الإلكتروني

الوحدة الثامنة: التقرير الإلكتروني

- مقدمة
- مفهوم التقرير
- أنواع التقارير
- أهمية التقرير الإلكتروني
- وظائف التقرير الإلكتروني
- السمات الأسلوبية في التقرير الإلكتروني
- خصائص التقرير الإلكتروني الجيد
- مراحل كتابة التقرير الإلكتروني
- مكونات التقرير الإلكتروني
- القوالب الفنية المستخدمة في بناء التقرير الإلكتروني

الأهداف التعليمية:

بعد دارسة هذه الوحدة التعليمية يجب أن يكون الطالب قادرا على أن:

1. يعرف مفهوم التقرير
2. يتعلم أنواع التقارير
3. يدرك أهمية التقرير الإلكتروني
4. يعدد وظائف التقرير الإلكتروني
5. يعدد السمات الأسلوبية في التقرير الإلكتروني
6. يميز خصائص التقرير الإلكتروني الجيد
7. يعرف مراحل كتابة التقرير الإلكتروني
8. يعرف مكونات التقرير الإلكتروني
9. يتعلم القوالب الفنية المستخدمة في بناء التقرير الإلكتروني

أولاً: مقدمة

يعكس الصحفيون مهامهم في فنون كتابة إعلامية من خبر وتقرير وتحقيق ومقال وزاوية وعمود وصورة ورسم... ولعل أبرز هذه الفنون (فنون الكتابة الإعلامية) وطغيانها في وسائل الإعلام المختلفة فن التقرير.



كما يطغى التقرير الإخباري الإلكتروني في وسائل الإعلام الإخبارية.

فما هو التقرير أولاً؟

وما هو التقرير الإخباري الإلكتروني ثانياً؟

التقرير بأنواعه المختلفة[1] فن يقع ما بين الخبر والتحقيق الصحفي، ويتميز بالحركة والحيوية في مجموعة المعارف والمعلومات التي يتضمنها، كما أنه لا يقتصر على استيعاب الجوانب الجوهرية أو الرئيسية في الحدث فقط مثل الخبر، إنما يستوعب أيضاً وصف الزمان والمكان والأشخاص والظروف التي ترتبط بالحدث، ويسمح كذلك بإبراز الآراء الشخصية والتجارب الذاتية للمحرر الذي يكتبه، ولا يقتصر فقط على الوصف المنطقي والموضوعي للأحداث، وعلى ذلك، فكلما كان المحرر شاهد عيان على الحدث كلما زادت فرصة النجاح أمام التقرير الصحفي.

وبالإضافة إلى ذلك فيفضل أن تظهر شخصية المحرر، حيث يكون من حقه أن يعرض انطباعاته الشخصية وآراءه وأحكامه واستنتاجاته وأن يقدم الأشخاص ويعرض وجهات نظرهم، بل يمكنه أيضاً أن يقدم معلومات ذات طابع وثائقي.

ويتميز التقرير الصحفي بتقديم صورة سريعة للحدث أو يقوم بالتركيز على جانب واحد منه دون أن يغرق ويتعمق في التفاصيل المدعمة بالبحث ودراسة الأبعاد المختلفة مثل التحقيق الصحفي.

ثانياً: مفهوم التقرير



ثمة تعريفات عديدة تحاول إلقاء الضوء على مفهوم التقرير ولعل أبرز هذه التعريفات:

ما جاء في أصله اللغوي ففي اللغة العربية جاء مفهوم التقرير من فعل قرَّر، يقرّر، تقريراً بمعنى وضع الشيء في مكانه أي أقَرّهُ، وكذلك جعل الشيء في محله أي تركه قاراً (مستقراً)، أما المسألة فوضّحها، والرأي حققه، وقرَ فلان بالذنب أي اعترف به، وأقر فلان الحق أي جعله معترفاً به.

[1] - محمد فريد محمود عزت: المقالات والتقارير الصحفية ؛ أصول إعدادها وكتابتها، بدون ناشر، 2002، ص117.

يعرف قاموس أوكسفورد الإنكليزي التقرير بأنه نوع من الكتابة على درجة عالية من التنظيم، غالباً ما تتبع أعراف موضوعة للخروج بنموذج شائع، وتركز البنية والعرف في كتابة التقارير على العملية التي جمعت عن طريقها المعلومات وكذلك المعلومات نفسها.

تعرف الموسوعة البريطانية التقرير بأنه: نوع صحفي إخباري تطور تاريخياً، يقدم الأحداث والمعلومات المختلفة، وله أهميه كبيرة ليس في الصحافة فقط وإنما في الإذاعة والتلفزيون أيضاً.

وينظر بعض الباحثين إلى التقرير بوصفه نوعاً إعلامياً ويسوقون في ذلك العديد من التعريفات، ومن بين هذه التعريفات:

التقرير الإعلامي فن من فنون الكتابة الإعلامية قائم بذاته، وهو فن يقع بين الخبر والتحقيق، حيث يقدم مجموعة من الآراء والمعارف والمعلومات حول الوقائع التي يغطيها ويرصد تقدمها أو تراجعها.

التقرير نوع إعلامي يقدم معلومات لإقناع الناس بهذه المعلومات بما يخدم عملية التغيير.

يعرف التقرير بأنه نوع من الإعلام وإخبار القارئ بشيء جديد، فهو تسجيل كما يراه الصحفي ولما يسمعه، ولما يستطيع أن يعرفه بطريقة مباشرة أو غير مباشر، وهو في الوقت نفسه مراقبة لصحة الوقائع التي سجلها وتنسيق كل ذلك وترتيبه وإخراجه في تحرير صحفي جذاب.

ولا يستوعب التقرير الصحفي الجوانب الجوهرية أو الرئيسية في الحدث فقط، كما هو الحال في الخبر، بل يمكن أن يستوعب وصف الزمان والمكان والأشخاص والظروف التي ترتبط بالحدث، كما أنه لا يقتصر على الوصف المنطقي، والموضوعي للأحداث، وإنما يسمح في الوقت نفسه بإبراز الآراء الشخصية، والتجارب الذاتية للمحرر [2].

ويخالف هذا الرأي آخرون وينظرون للتقرير بوصفه بيان صحفي وينبغي ألا يكون له علاقة بالتعليق أو التقييم أو أية آراء، فمهمة البيان هو الإجابة عن الأسئلة (من وماذا ومتى وأين ولماذا وكيف)[3].

ويرى هؤلاء الباحثين أن الصحفيين في الإذاعة والتلفزيون والصحافة مذنبون كثيراً بإضافة التقييم أو الآراء الشخصية للمعلومات التي يقدمونها في تقاريرهم، ويرون أن البيان الإعلامي لا يسعى إلى التمجيد

---

[2]- -Harris, J., et al., 1992: The Complete reporter 6th ed., Macmillan publishing company, New York.p.22.

[3] - Bratislava Turecek: Effective Writing For Today's Media, available: Internet: http://peu.ecn.cz.

والشجب والمعارضة والإثارة وغيرها من ممارسات (نراها في كثير من وسائل الإعلام) ويمكن القيام بهذه الممارسات في أنواع أخرى من الكتابة.

التقرير الإعلامي تقديم (عرض) لحقائق ونتائج بحث، يكون عادة كأساس لتقديم النصح، مكتوب لقارئ محدد، وربما يكون متعمداً أن يحفظ كسجل [4].

يعرف التقرير الإعلامي بأنه عرض للحقائق أو بحث عن موضوع معين فهو محاوله لترجمة الملاحظات لواقع مادي في عبارات مكتوبة.

ثالثاً: أنواع التقارير



يعد التقرير أحد الأشكال المهمة التي تقدمها وسائل الإعلام المتنوعة في نشراتها وبرامجها تحت مسميات متعددة، مع بعض الاختلافات في البنية والصياغة.

وتتنوع التقارير من جهة غاياتها لكنها جميعاً تتطلب بنيةً رسمية وتخطيطاً دقيقاً، بحيث تقدم المادة بأسلوب منطقي باستخدام لغة واضحة وموجزة وسهلة.

ولا يصلح مع التقرير الإعلامي إلا الأسلوب البسيط الواضح، والجمل القصيرة، وجمع أكبر كمية من الحقائق والمعلومات، في أقل قدر ممكن من الكلمات، وهو في ذلك لا يعتني بما كتب في الموضوع من أبحاث ودراسات وتقارير، ولا يعنيه أن يسجل كل الحقائق بالأرقام، أو يدعمها بالبيانات والإحصائيات والرسوم.

---

4 - Report Writing: A take-away guide published by Multimedia, Publishing Ltd, (C) Multimedia Publishing Ltd, 1975, p.32.

التقسيم الأول:

ومن أكثر أنواع التقارير شيوعاً في الدراسات الإعلامية:

أولاً: التقرير الإخباري.

ثانياً: التقرير الحي.

ثالثاً: تقرير عرض الشخصيات.

أولاً: التقرير الإخباري News Report:

التقرير الإخباري شكل صحفي يقع، في المنطقة الوسطى، بين الخبر السريع القصير، والتحقيق الصحفي، ويقوم على عرض الوقائع، مع خلفياتها، وتفصيلاتها، وهو الشكل الصحفي الرئيسي، في عديد من الصحف العربية والصحف الدولية والمجلات الإخبارية العالمية، وهو القالب المناسب للتغطية التفسيرية.

ويشرح ويفسر القيم الإخبارية في الموضوعات الإخبارية المرتبطة بالحدث أو الواقعة، وهو معني بتقديم معلومات وبيانات عن خبر أو حدث لم يستطع الخبر الصحفي تناولها، فقد تكون هذه المعلومات ذات طبيعة تاريخية أو لم يتسن للصحفيين الحصول على هذه المعلومات، و سيتم تناول هذه المعلومات من خلال آراء خبراء ومتخصصين في الموضوع المطروح، وقد يكون هذا التقرير يومياً حيث يلبى احتياجات القراء في التعرف على الخلفيات والتفاصيل غير المسموح بنشرها في الأخبار، فهو يقدم معلومات إضافية عن الحدث أو الواقعة.

ويبحث التقرير الإخباري في مصادر الأحداث والقضايا والظواهر وتطوراتها الزمنية، ويعتمد على الوصف الدقيق والموضوعي في عرض الأحداث المتدفقة أو الوقائع بجميع تفاصيلها وخلفياتها الدقيقة، مع الإشارة إلى الجو العام المحيط بها، وأحياناً يقوم المحرر بطرح موضوع التقرير الرئيسي في مقولة رئيسية يراها المحرر أكثر دلالة على الحدث، ثم يورد التفاصيل والوقائع والمعلومات لخدمة هذه الأطروحة.

وقد يقوم المحرر بالتقييم الموضوعي للبيانات أو المعلومات أو الأحداث الواردة في التقرير، كما قد يسعى لاستشراف الوقائع المنتظرة استناداً إلى المنطق الذي عرض به المعلومات والأحداث[5] في التقرير.

لذلك يوصف التقرير الإخباري في حالات كثيرة بأنه تقرير يتجاوز الخبر قليلاً، وهنا لا نجد فارقاً جوهرياً بين التقرير الإخباري والتقرير إلا فيما يتعلق باعتماده على نحو أساسي على عناصر الخبر مع بعض التصريحات أو الاقتباسات من المصادر المتنوعة أو ما يعرفه المحرر عن موضوع الخبر، فهو تقرير تزيد فيه الجرعة الإخبارية على حساب الجانب التحليلي أو الإستشرافي.

ثانياً: التقرير الحي

وهو نوع من أنواع التقارير يشبه التقرير الإخباري في تناول الوقائع والأحداث ونشر تفاصيلها، إلا أنه يتسم بقدرته على وصف الحدث والظروف المحيطة به والمناخ الذي تم فيه، والناس الذين ارتبطوا به وآخرين تأثروا به، واحتمالات تطور الحدث مستقبلاً.

ويحتمل هذا التقرير عرض التجارب الذاتية سواء جاءت مصاحبة للمحرر الصحفي، أو الأفراد الذين لهم علاقة بالحدث أو الواقعة، مثل تغطية جلسات البرلمان والانتخابات والمؤتمرات السياسية والتغيرات في أسعار السلع وفاعلية الخدمات التي تقدمها الحكومات ونتائج العمليات الحربية وحركة الجو والرياح والبحر ونتائج حوادث المرور..

كما يستخدم في تغطية الحفلات والمهرجانات الفنية بالإضافة إلى عروض الأفلام والعروض المسرحية والمعارض والمتاحف.

أما من حيث بنائه الفني فيبنى التقرير الحي على قالب الهرم المعتدل، حيث تركز المقدمة على وصف جانب متميز من صورة الحدث في حين يحتوي جسم التقرير على التفاصيل الدقيقة لجوانب الحدث، وهو التقرير الذي يحتم أن يكون الصحفي فيه حاضراً في المكان الذي يجري فيه التقرير، بل يوصف هذا التقرير بأنه رواية صحفي شاهد عيان في تغطية الحدث.

5- Brooks Brian , and James L. Pinson: Working With Word A Concise Hand book For Media Writers and Editors, 2nd , New York, Martin's Press, 1993, p. 183

ثالثاً: تقرير عرض الشخصيات

يقوم هذا التقرير على عرض شخصية ما من الشخصيات المرتبطة بالأحداث أو التي أدت دوراً مميزاً فيها أو التي تأثرت بنتائج الحدث، أو تسليط الضوء شخصيات لها دور على المستوى المحلي أو الإقليمي أو الدولي.

مثال ذلك صناع السلام في العالم، ومن يحصل على جائزة دولية، ومن يكتشفون علاج لمرض عضال، ومن كان لهم تأثير في أوساطهم الاجتماعية كتغيير عادات خاطئة، والذين يضحون بحياتهم في سبيل الآخرين، ومن يسهر على راحة الناس كرجال الأمن والمرور والصحة والكهرباء والماء.

ويستخدم تقرير الشخصيات في تقديم الملامح الدقيقة لشخصية معينة، وذلك عن طريق تحليل الشخصية بأبعادها المختلفة، مع التركيز على جانب معين بارز منها يهتم التقرير بعرضه.

وقد يتضمن التقرير بعضاً من تاريخ الشخصية وأسلوبها في الحياة وبعض أعمالها، وقد يحوي أيضاً بعض ذكريات المحرر مع الشخصية أو حوار سابق معها، ولكن الحوار ليس جزءاً أصيلاً من التقرير الذي يجب أن يقدم في النهاية رسماً دقيقاً لصورة الشخصية ليكون بديلاً عن الحوار معها.

التقسيم الثاني:

ومن الباحثين من يقسم التقارير إلى التقرير المدعم بالصور وتقرير الصور المتتابعة والتقرير المباشر، نظراً لدور الصور في بناء التقرير والتأثير في هيكله العام، فتحضر الصور في وسائل الإعلام المطبوع والمرئي والإلكتروني وتغيب في الإعلام المسموع وتحل محلها الصور التي يرسمها المحرر بالكلمات للتحول إلى صور إدراكية في عقل المتلقي، الأمر الذي ولد فنوناً صحفية ترتبط بالصور فظهر الخبر المصور



والتقرير المصور والتحقيق المصور، بل أصبحت الصور بذاتها فناً من فنون الصحافة (البورترية والكاريكاتير)، ويعتمد هذا النوع من التقارير على الصورة في المقام الأول. [6]

التقسيم الثالث:



ومن الباحثين من يقسم التقارير بحسب الوسائل الإعلامية، فهناك التقرير الصحفي والإذاعي والتلفزيوني والإلكتروني.

حيث تؤدي الوسيلة الإعلامية دوراً في خلق التباين في كتابة التقرير، فالصحفي العامل في قطاع السمعي البصري (الإذاعة والتلفزيون) يجب أن يضع في حسبانه جانب المؤثرات الصوتية المتعلقة بالتغطية الصحفية التي يقوم بها، إلى جانب التعليقات والشواهد التي لها صلة بالموضوع، ويجب أن يتقاطع ويتطابق محتوى الصوت مع الصورة، هذه الحسابات خارج نطاق اهتمامات الصحفي الذي يعد تقريراً للوسائل المطبوعة (الصحف والمجلات).

وبظهور الإعلام الإلكتروني برز التقرير الصحفي الإلكتروني بوصفه مجموعة المعارف والمعلومات حول سير الوقائع، ويصف الزمان والمكان، والأشخاص، والظروف التي ترتبط بالحدث، وينفرد التقرير الإلكتروني بالخصائص التي يستمدها من الوسيلة (الإلكترونية) بما فيها من مزايا تشعبية وروابط ذات صلة وإضافات لآخرين وغيرها من خصائص غير متاحة إلا بالوسائل الإلكترونية.

---

[6] - سميرة محي الدين شيخاني، ومحمد خليل الرفاعي: الصحافة المتخصصة، جامعة دمشق، مركز التعليم المفتوح، 2007م، ص57.

التقسيم الرابع:



ومن الباحثين من يقسم التقارير بحسب الهدف منها، والهدف من التقرير هو السبب الجوهري الذي يُكتب التقرير من أجله، وفي ضوء هذا الهدف سيتم تحديد أي نوع من التقارير علينا أن نختار.

وتقسم التقارير بحسب الهدف منها إلى:

1. التقرير الواقعي (الحقيقي).
2. التقرير التعليمي.
3. التقرير التوجيهي (التقديمي).

رابعاً: التقرير الإلكتروني

دخل الإعلام الإلكتروني ويكاد يصبح الوسيلة الإعلامية والاتصالية الأكثر حضوراً وجماهيرية، واستطاع مجاراة الوسائل السابقة، وجذب الجمهور، إن لم يكن قد سبقها، وتفوّق عليها في كثير من القضايا.

وبحكم كونه أتى متأخراً، فهو ليس مؤثّرا بقدر ما هو متأثّر، وبحكم الطبيعة العامة التي تحكم إنتاج اللغو في النص الإلكتروني نجدها لا تبتعد كثيراً عن سمات وخصائص النص في الإعلام المطبوع والمسموع والمرئي، فالإعلام الإلكتروني يجمع سمات النص الإعلامي اللغوية في حاضنة واحدة، ويختلف عنها بطبيعته التقنية.

لذلك لا يبتعد النص في الإعلام الإلكتروني عن طبيعة النص في الإعلام المطبوع، وتتشابه اللغة المسموعة والمسموعة/ المرئية المنشورة في وسائل الإعلام الإلكتروني مع اللغة المنشورة في أوعيتها المستقلة الإذاعة والتلفزيون، ويمتاز الإعلام الإلكتروني أنه شكل حاضنة جمعت وسائل التعبير والبشر السابقة في وعاء واحد.

وكما هو الحال في الصحافة الورقية، فإن التقرير الإخباري في المواقع الالكترونية يشترط أن تتوفر فيه مجموعة من الشروط، أهمها ألا يتجاوز عدد كلماته 400 كلمة، والالتزام باللغة المباشرة، والأسلوب البسيط الواضح، واستخدام البيانات والإحصائيات لتعزيز محتواه في أقل قدر ممكن من الكلمات. (7)

وفي حال كان مسموعاً على الصحفي الأخذ بعين الاعتبار خصائص الكتابة للراديو، وفي حال كان مصوراً هنا يجب عليه الالتزام بشروط إعداد التقارير التلفزيونية.

ولعل الفارق الوحيد بين التقارير الإخبارية التي تبث عبر الوسائط الإلكترونية هو الطبيعة التقنية التي توفرها الإنترنت من حيث ارتباط التقرير بتقارير أخرى ذات صلة، وعدم الإسهاب في نقطة معينة ويمكن وضع وصلة تشعبيه لهذه النقطة، وإمكانية مطالعة التقرير بأي وقت وشكل يريده المتصفح (في ظل توافر الإمكانات التقنية) مسموعة أم مقروءة أم مرئية.

خامساً: أهمية التقرير الإلكتروني

أتاح النشر الفوري للأخبار في الوسائل المختلفة ولاسيما الإلكترونية فرص كبيرة أمام انتشار التقارير، والتقارير المكتوبة بشكل جيد تُمكن الجمهور من الوصول إلى المعلومة التي يريدها بسهولة وتُمكنه من فهم الموضوع، وبالتالي تُساعد على اتخاذ القرارات السليمة.

وكذلك فإن الأخطاء في كتابة التقارير تؤدي إلى مشاكل عديدة مثل الحاجة إلى طلب معلومات إضافية أو طلب إعادة كتابة التقرير أو إضاعة وقت كبير في قراءة أو فهم التقرير أو فهم الموضوع بشكل خاطئ.

وتتضح أهمية التقرير في كونه مظهر من مظاهر الحداثة، ووسيلة من وسائل الاتصال، والتقدم في المجتمعات، ويمكن بلورة أهمية التقرير الإخباري في عدة نقاط أبرزها:

1. توفير الوقت والجهد للشخص أو للجهة التي يخاطبها التقرير حيث تتولى التقارير المدروسة بشكل كافٍ ودقيق توجيه المجتمعات، من الناحية السلوكية أو الاقتصادية أو الاجتماعية.

---

[7] - ماجد سالم تربان :فن التقرير الصحفي في المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية، مجلة جامعة الأقصى، ISSN 3147 – 2070، المجلد السادس عشر، العدد الثاني،2012 م، ص 2.

2. للتقارير دور كبير في التأثير على الجمهور المتلقي، وجميع وسائل الإعلام تسعى لهذا التأثير فطورت من تقنياته سواء كانوا واعين بذلك أم غير واعين.

3. تطورت وسائل الإعلام من مجرد مجهز للمواد الإخبارية الأولية إلى مؤسسات أكثر تخصصاً[8]، فنوعت في الأشكال التي تقدمها وزادت خدماتها التي تحمل قيمة مضافة، ويتجلى ذلك في التقارير الإخبارية والتحقيقات وغيرها من منتجات إعلامية.

4. تسهم التقارير الإخبارية في تحليل ظاهرة معينة، وعرض إنجازات قسم أو إدارة أو لجنة من اللجان، وتسهم في تحليل البيانات والحقائق المطلوب معرفتها بالتفصيل [9].

5. تسهم التقارير في تحريك سلوك المتلقين عن طريق الإقناع [10]، وإرشاد المسؤولين لاتخاذ القرارات المناسبة في وقتها، والإحاطة والعلم بما يحدث في العالم من أحداث.

6. الكشف من خلال التحليل مواطن القوة والضعف في مرافق الحياة المختلفة، والرد على التساؤلات وتقديم الأفكار الجديدة، وتوفير المعلومات المرجعية.

7. تسهم التقارير في تفسير ظاهرة مرتبطة بمستقبل منطقة جغرافية أو فئة اجتماعية أو اقتصادية، وتعرض أفكار جديدة لتحسين الواقع بمستقبل مأمول.

8. تزويد مؤسسات التخطيط على اختلاف أنواعها ومواقعها في المجتمع بنتائج الأبحاث التي تمكن المسؤولين من اتخاذ القرار.

9. توفر التقارير الملخصة للدراسات والأبحاث وقتاً وجهداً على الباحثين في مجالات الحياة كافة.

10. تعمل التقارير التي تلخص الكتب والندوات على إثراء القارئ والمستمع والمشاهد إثراء معرفياً، وتعمق معارفه في المجالات التي تقع في محل اهتمامه واهتمام التقارير التي تغطيها.

11. التقرير وثيقة ثبوتية يسهل الرجوع إليها عند الحاجة.

---

[8] - اتحاد وكالات الأنباء العربية: تحديات عصر الإعلام، وكالات الأنباء في التسعينات، مرجع سابق، ص60.

[9]- ليلى عبد المجيد، محمود علم الدين: فن التحرير الصحفي، المفاهيم والأدوات، مرجع سابق، ص160-161.

[10]- المرجع السابق نفسه، ص160-161.

12. بعض أنواع التقارير وسيلة من وسائل نقل المعلومات بين المستويات الإدارية في المنظمات بما فيها المؤسسات الإعلامية، ويعين على رسم صورة عن سير العمل ومدى نجاحه أو فشله، ويمكن الإدارة من التنبؤ بالاحتياجات المستقبلية.

ومن الباحثين من يرى أن أهمية التقرير الإخباري تنحصر في أهدافه الرئيسية التي تتجلى في أربع نقاط رئيسية هي: [11]

1. التبليغ.
2. التأثير.
3. الإقناع.
4. التغير.

سادساً: وظائف التقرير الإلكتروني

يؤدي التقرير الإلكتروني شأنه في ذلك شأن جميع التقرير في وسائل الإعلام المختلفة مجموعة وظائف أهمها: [12]

1. تقديم بيانات ومعلومات جديدة عن خبر أو حدث لا يستطيع الخبر الصحفي أن يوفيه حقه في النشر، ولاسيما الأحداث غير المعروفة.
2. يسلط الضوء ويبرز زوايا أو جوانب جديدة كانت خافية عن الجمهور في حدث يعرفه الجمهور أو يعلمون بعض جوانبه.
3. يقدم خلفية تاريخية أو وثائقية للخبر أو الحدث الذي يتناوله، من شأن هذه الخلفية أن توضح الجوانب الغامضة أو غير المفهومة في الحدث.

---

[11] - Bryan Platt: Report Writing, A take-away guide published by Multimedia, Publishing Ltd, (C) Multimedia Publishing Ltd, 1975, Available: http://www.google.com.sa/search?as_q=REPORT+WRITING&as_epq=&as_oq=&as_eq=&as_nlo=&as_nhi=&lr=lang_en&cr=&as_qdr=all&as_sitesearch=&as_occt=any&safe=off&as_filetype=pdf&as_right.

[12] - فن الكتابة الصحفية: المكتبة الشاملة، متاح على موقع http://shamela.ws/browse.php/book-8651/page-143#page-159

4. تقدم التقارير تقييماً موضوعياً لهذه البيانات، سواء كان ذلك عن طريق الأحكام والاستنتاجات والتعميمات التي تدلى بها الشخصيات التي يستشهد بها كاتب التقرير أو تلك التي يتوصل إليها بنفسه.

سابعاً: السمات الأسلوبية في التقرير الإلكتروني

من السمات التي تميز التقارير الإلكترونية السمات الأسلوبية التي تشترك مع جميع أنواع التقرير في مختلف الوسائل، ولكن قد يأخذ أسلوب التحرير طابعه من طابع الوسيلة[13].

ونشاط وسائل الإعلام موجه بالأساس نحو معلومات ذات طبيعة معينة، لذلك يكمن نشاطها في الجزء الأكثر أهمية في تشكيل الرأي العام بصدد القضايا الحاسمة محلياً أو عالمياً[14].

إن هذه الخصائص وظروف العمل التي تميز وسيلة إعلامية عن غيرها من وسائل الإعلام الأخرى تفرض سمات أسلوبية خاصة ومن تلك السمات ما يلي:

التقديم الواقعي:

يعني التقديم الواقعي أن تكون المادة المقدمة في التقرير واقعية ليست خيالية أو (مفبركة) تعبر عن الحدث وتفاصيله، ويمكن التحقق منها، ومن خلاله يجب التأكد من الإجابة عن الأسئلة الخمس(الـ 6 w) إضافة إلى توفير الخلفية المناسبة التي تضع الحدث في سياقه العام.

ويتطلب التقديم الواقعي الدقة في تسجيل البيانات والحد من تقويم المراسل أو المحرر، إلى أقصى حد ممكن للأحداث، إذ من الضروري ألا تتضمن الصياغة ما يمكن اعتباره شيئاً ذاتياً، وهذا يستوجب استخدام تعبيرات وأوصاف وأفعال وأسماء واضحة لا لبس فيها، وهذا تناقض مع استخدام الأسلوب المجازي أو الإبداع الأدبي[15].

وينعكس التقديم الواقعي أيضاً، في دقة تدوين الأسماء والوظائف الرسمية للأشخاص الذين ظهروا في الحادث، والتعريف بهم أكثر من خلال (المهنة، العمر) وبأساليب صياغة تتفق والمقاييس المتعارف

---

13 - عبد العزيز شرف: فن التحرير الإعلامي، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1980، ص 50.
14 - سلافوي هاشكوفيتش وياروسلاف فرست: مرجع سابق ص8 – 11.
15 - المرجع السابق نفسه، ص16 – 18..

عليها، وفي دقة تسجيل الأرقام والمعلومات الرئيسية الأخرى وإعادة صياغة التصريحات المهمة بدقة، ثم اقتباسها، والإشارة إلى المصادر التي تم الحصول على المعلومات منها.

وتستخدم، كما تقتبس، المصادر بمنهجية تامة لضمان قدر كبير من الموثوقية.

وينعكس التقديم الواقعي أيضاً، في اختيار المفردات اللغوية وتعطى الأفضلية إلى استخدام نماذج معينة من الكلمات والتعابير، في حين تطرح جانباً الكلمات والتعابير المستخدمة في الأسلوب الأدبي أو أشكال الكتابة الأخرى.

الإيجاز في التعبير:

وسائل الإعلام بعامة عادة ما تلزم نفسها بمساحات محددة سواء للعناوين أو الجمل أو الفقرات أو الأخبار أو التقارير نفسها. إن هذا يندرج بالضرورة ضمن عناصر أسلوب الوسيلة الإعلامية، ويتبع الاعتبارات الأسلوبية الخاصة التي تحكم عملها والتي تنبع من ظروف عملها وما يتوقعه الجمهور من سرعة وإحكام ودقة.

ويمكن تحقيق ذلك عن طريق:[16]

1. اختيار الكلمات الدقيقة الصحيحة، والقصيرة، والمركزة، وغير الفنية (المصطلحات غير الشائعة)، والمباشرة.
2. تجنب التكرار غير المجدي.
3. الابتعاد عن التفاصيل غير المهمة.
4. التنظيم الملائم للسياق العام للنص الخبري.

ويتحقق الإيجاز قبل كل شيء، في التخلص من المعلومات الثانوية، والمعلومات التي نعدُّها ذات أهمية ثانوية، والابتعاد عن التفصيلات الوصفية عن حادث ما ليس له مميزات جوهرية.

كما يمكن تحقيق الإيجاز عن طريق تنظيم ملائم للحقائق، وتجنب التكرار اللامجدي. وينبغي تأكيد العلاقة بين الإيجاز ومبدأ الأمانة المباشرة في أسلوب التقرير الإخباري.

---

[16]- Walter Fox: Writing the News, a Guide for Print Journalists, 2nd.ed. Iowa State University Press , Ames, Iowa, 1993 , p. 46 – 56

الوضوح:

يتحقق الوضوح باستخدام اللغة السهلة المباشرة الدقيقة، ومن خلال جمل قصيرة ذات دلالة متناغمة ومنسجمة مع بعضها البعض لتأكيد الفكرة الأساسية[17].

ويتعزز الوضوح في التقارير الإخبارية بجمل ذات فقرات محددة، وليست ذات مقاطع منفردة أو مقاطع مركبة مرهقة، وبقدر ما يتعلق الأمر بالمصطلحات الاختصاصية ذات الأهمية في جعل المعلومات حقيقية ودقيقة وعند ذكر المصطلحات يجب تفسير تلك المصطلحات[18]، والدقة المباشرة في التعبير، وهي واحدة من شروط الوضوح السهل.

ويمكن تحقيق ذلك، من وجهة نظر بناء التقرير وأسلوبه، من خلال تقديم الأكثر أهمية فيها بإيجاز واختصار عملية دمج المضامين الجوهرية للمادة ودمجها بعضها ببعض، ويصبح هذا البناء في الوقت نفس مفتاحاً في توجيه الأجزاء الأخرى من التقرير ويسرع في عملية فهمه وتقويمه [19].

اللاذاتية:

لكل وسيلة إعلامية أسلوبها الخاص في التحرير ومعجمها الخاص الذي تتخير منه الألفاظ التي تستخدمها عادة من بين المترادفات المختلفة.

وتعتمد الوسائل التي تلتزم أسس الأداء الاحترافي النوعي مجموعتين من الأسس ذات العلاقة بالأسلوب:

1. مدونة ومتفق عليها، ويعد ما يخالفها خطأ في عرف الوسيلة، حتى لو لم يكن خطأ أسلوبياً أو لغوياً، يجب تصحيحه أو استبداله.
2. متفق عليه (عرفاً) ولا تعد مخالفته خطأ ولكن تحض دائماً على الالتزام به[20].

وفي التطبيق العملي يتم الحد من عمل المراسل، إلى أقصى حد ممكن، في تقويم مجرى الأحداث مباشرة، أو يفرض عليه الانصراف الكلي عن القيام بهذا التقويم، ويؤدي إلى الصفة المميزة، الموضوعية (غير الذاتية) لأخبار الوسيلة الإعلامية.

---

[17] -Walter Fox: op. cit, p. 55

[18] سلافوي هاشكوفيتش وياروسلاف فرست: مرجع سابق، ص 21

[19] - صيغة تظهر العمل وحالته بوصفهما حقيقة موضوعية لا مجرد شيء في الذهن. (تفسير المورد) البعلبكي ص 460 طبعة سنة 1974. بيروت دار العلم للملايين.

[20] - ياسر عبد العزيز، عولمة وكالات الأنباء، الهيئة المصرية العامة للكتاب،2005،ص 132.

ويجب ألا تتضمن أي شيء ذاتي، وتتحاشى عملياً أي تعليق من جانب المراسل، وأن تكون موضوعية تماماً (غير متحيزة).

السرعة:

تعد السرعة في عمل وسائل الإعلام الإلكتروني واحدة من المؤشرات الحاسمة التي تؤثر في تقييم كفاءتها، بدءاً من الصياغة وانتهاءً بتنظيم خط الإنتاج فيها عموماً.

وهي عنصر يؤكد على ضرورة الصياغة المختصرة والأسلوب الموجز، والسرعة أيضاً واحدة من الأسباب التي تدعم المقياس المتداول في بناء التقارير، ولها نتائج متميزة في عمل الوسيلة بعامة.

الموثوقية:

موثوقية معلومات وسائل الإعلام التي تحترم نفسها وجمهورها، تعد عاملاً أساسياً وغالباً ما يكون حاسماً في التأثير اللاحق في أذهان القراء والمستمعين والمشاهدين.

فالموثوقية – انطباع الصدق الذي لا جدال فيه – ذو أهمية موازية للنص، ويضع المتلقي في موقف شاهد العيان، وعليها أن تحقق الحد الأقصى من الموثوقية، إضافة إلى التأكيد على الطبيعة الواقعية في التعبير، حيث يقوم هذا الأسلوب على التمييز الدقيق بين الوصف الواقعي، أو إعادة صياغة آراء شخص ثالث من وجهة نظر محرر التقرير.

ثامناً: خصائص التقرير الإلكتروني الجيد [21] (3)

ثمة خصائص يجب أن تتوافر في التقرير الإلكتروني حتى يمكن اعتباره تقريراً جيداً (هذه الخصائص تكمل صفات التقرير السابق ذكرها)، كما أنها تستخدم أيضا كمعايير للحكم على جودة وكفاءة ومهارة معد التقرير.

وتتلخص هذه المواصفات فيما يلي:

---

[21] - Bryan Platt: Report Writing, A take-away guide published by Multimedia, Publishing Ltd, (C) Multimedia Publishing Ltd,1975, Available: http://www.google.com.sa/search?as_q=REPORT+WRITING&as_epq=&as_oq=&as_eq=&as_nlo=&as_nhi=&lr=lang_en&cr=&as_qdr=all&as_sitesearch=&as_occt=any&safe=off&as_filetype=pdf&as_rights.

1. **هدف أو غرض التقرير:** كل تقرير فعال يجب أن يكون هناك سبب وجيه لكتابته، وكلما كان هدف التقرير يهم أكبر عدد ممكن من الجمهور زادت أهميته.
2. **الإيجاز:** كلما كان التقرير موجزا كلما كان أفضل، والإيجاز يرادف الاختصار فالقليل يوحي بالكثير (قالت العرب خير الكلام ما أغنى قليله عن كثيرة) ومباشراً، وألا يكون الإيجاز على حساب الشمول والكمال.
3. **البعد الزماني:** الفترة التي يغطيها التقرير ووقت عرض التقرير، فكلما قرب وقت العرض من نهاية فترة التغطية كلما عظمت فائدة التقرير لإمكانية الانتفاع به عند التخطيط للمرحلة المستقبلية.
4. **التاريخ:** يجب أن يكون للتقرير تاريخ، وأن تحدد الفترة الزمنية التي يغطيها التقرير.
5. **الشمولية والارتباط بالموضوع:** ويقصد بالشمولية أن يغطي التقرير كافة جوانب الموضوع الذي يتناوله، ويجيب على كل التساؤلات المحتملة للقارئ، وذلك توفيرا لوقت القارئ ومعد التقرير.
6. **الدقة وصحة البيانات:** تعتبر دقة وصحة البيانات التي يتضمنها التقرير عاملاً أساسياً في الحكم على مدى جودته، ويتطلب ذلك من معد التقرير التأكد من المعلومات التي يعرضها، والإشارة أحياناً إلى مصدرها، وذلك حتى يكسب ثقة القارئ ويوفر له إمكانية الاعتماد على التقرير في اتخاذ قرار معين.
7. **الوضوح:** يجب أن يكون التقرير واضحاً ومفهوماً ومكتوب بلغه تبتعد عن الغموض، مع الالتزام باللغة المباشرة، والأسلوب البسيط الواضح.
8. **التوثيق:** يجب أن يكون التقرير موثقاً قدر الإمكان ومدعماً بمعطيات موضوعية، والغرض من التوثيق هو تمكين القارئ من اتخاذ قرار غير متحيز.
9. **الإجراء الواجب اتخاذه:** يجب أن تتضمن التقارير توصيه بما يجب عملة كنتيجة معطيات الوارد ذكرها في التقرير.
10. **التوضيحات:** يقال "الصورة أفضل من ألف كلمة"، ولذلك فإن التقرير الذي يتضمن خرائط ورسوماً بيانية توضيحية أفضل من التقرير الذي يتضمن مجرد كلمات، ويمكن استخدام معلومات وإحصائيات لتعزيز محتواه في أقل قدر ممكن من الكلمات.
11. **مناسبة الحجم:** يجب ألا يكون التقرير أصغر أو أكبر من اللازم، ويتوقف حجم التقرير على عدة عوامل منها:

- الفترة الزمنية التي يغطيها التقرير.
- الموضوع الذي يتحدث عنه التقرير.
- شعور معد أو معدي التقرير بمدى الحاجة إلى الإسهاب أو لاختصار.

وهناك اعتقاد خاطئ يسود بين البعض، بأنه كلما كان التقرير كبيراً كلما أعطى ذلك إحساساً بالأهمية وعكس الجهد المبذول في أعداده، والعبرة هنا بالفائدة التي يحصل عليها القارئ ومدى إشباع التقرير لحاجته من المعلومات (مثلاً ألا تتجاوز عدد كلماته 500 كلمة).

12. **القدرة على الإقناع:** كلما كان التقرير قادراً على إقناع القارئ بوجهة نظر أو توصيات كاتبه، كلما زادت درجة جودته، ويساعد على ذلك كفاءة الكاتب وقدرته على التحليل والاستنتاج وعرض الأفكار، ولاشك أن لغة الأرقام هي دائماً الأقدر والأفضل على الإقناع خاصة لمراقبة ومتابعة تنفيذ الاستراتيجيات المختلفة.
13. **أسلوب العرض:** يساعد أسلوب العرض بشكل مباشر في الحكم على جودة التقرير ويسهل مهمة القارئ، فلا شك أن التتابع المنطقي للأفكار والتكوين الهيكلي للتقرير ووجود عناوين رئيسية وفرعية وطريقه ثابتة للترقيم واستخدام وسائل إيضاح مناسبة، كل ذلك يعتبر عوامل مساعدة لرفع كفاءة وأسلوب عرض التقرير
14. **الموضوعية:** ومعنى ذلك البعد عن المؤثرات الشخصية عند عرض المعلومات والحقائق وتحليلها، ولا يسمح للمواقف والآراء الشخصية بأن تحدد شكل وموضوع المعلومات التي يعرضها التقرير، فإن ذلك يضعفه في الحقيقة لا يقويه.

تاسعاً: مراحل كتابة التقرير الإلكتروني

تمر عملية إعداد وكتابة التقارير الإلكترونية بخمس مراحل (خطوات) رئيسية هي:

مرحلة الإعداد:



ويتم في هذه المرحلة تحديد الإطار العام للتقرير (الموضوع أو المجالات التي يغطيها التقرير)، وبالتالي في هذه المرحلة ينبغي معرفة الهدف من كتابة التقرير، والهدف العام من التقرير:[22] هو أننا نكتب لكي نقرأ أو نشاهد أو نسمع، وهذا هو الشيء الرئيسي الذي يجب تذكره دائماً، فعندما نكتب تقرير علينا تذكر أن التقرير مكتوب لجمهور معين ولوسيلة معينة هذا هو الهدف الرئيسي من كتابة التقريرِ.

وحتى يتمكن كاتب التقرير من بلورة هدف التقرير عليه أن يسأل نفسه عدة أسئلة منها:

1. **ما الذي أريد تحقيقه من هذا التقرير؟**
2. **لماذا نكتب التقرير؟**[23]

فمن المهم أن نحدد ملخص التقرير الذي نكتبه، ونحتاج إلى إعطاء الظروف التي جعلت التقرير اللازم وما كنا نأمل تحقيقه من خلال كتابة التقرير.

قد يكون من الضروري إعطاء بعض المعلومات الأساسية حتى لا يكون هناك خلط لدى الجمهور الذي قد لا تتناسب المعلومات التي يتم تقديمها معه.

وبطبيعة الحال، كاتب التقرير يحتاج إلى استخدام قراره الخاص لتحديد الكثير من التفاصيل التي يشملها التقرير، وهذا سوف يعتمد بشكل كبير على قدرته على التقييم، وإدراكه للأشخاص الذين سيقرؤون أو يستمعون أو يشاهدون التقرير.

---

22 - Report Writing, a guide to organization and style, April 2005, Learning Support and Development, University of Bolton, available: http://www.bolton.ac.uk/library/LibraryPublications/StudySkills/reportw.pdf David Rudd:

23 - Report Writing , a guide to organization and style, April 2005, Learning Support and Development, University of Bolton, available: http://www.bolton.ac.uk/library/LibraryPublications/StudySkills/reportw.pdf David Rudd:

3. لمن يكتب التقرير؟[24]

سوف يساعد أيضاً في الحكم على أسلوب ولغة ودرجة صعوبة فهم التقرير، فعلى كاتب التقرير أن يضع الجمهور في ذهنه، فمعظم الناس يهتمون بشكل أساسي بالتقارير التي تتحدث عن القتل والمشاهير وشيء من هذا القبيل، ولكن الناس دائماً يهتمون بشكل أو بآخر بالأمور المحلية التي تمس حياتهم اليومية، فكلما استطاع الصحفي أن يقترب من مشاكل يعاني منها شريحة واسعة من الناس يكون التقرير فرصة أكبر لأن يقرأ ويشاهد ويستمع بشكل عام.

4. من الذي طلب التقرير(أين سينشر)؟

5. ما هي الاستخدامات المتوقعة من التقرير؟

6. ما هي المعلومات التي يجب أن يتضمنها التقرير؟

وهي مرحلة تتركز على الصحفي، وفي هذه المرحلة على الصحفي البحث عن إجابات الأسئلة الستة في التقرير الذي يعده (ليس بالضرورة الإجابة عليها جميعها– وليس بالضرورة أن تأخذ الترتيب نفسه) وهي من؟ ماذا؟ متى؟ أين؟ كيف؟ ولماذا؟ وأكثرها أهمية هو "لماذا" ولكن يتم الإجابة عن الأسئلة الأولى أولاً لكي تكون الأساس للإجابة على سؤال لماذا.

وفي هذه المرحلة وفي ضوء الهدف العام من التقرير يتم جمع البيانات والمعلومات، حيث تشير البيانات إلى الحقائق والأرقام والحروف والكلمات والإشارات التي تعبر عن فكرة أو شي ما أو موقف أو حقيقة محددة، أما المعلومات فهي حقائق منظمة تفيد مباشرة في اتخاذ القرارات وتشير إلى نتائج تشغيل ومعالجة البيانات تمهيداً لإخراجها في شكل له معنى للمستفيد (الجمهور).

وعلى الصحفي أن يسأل نفسه ما هو نوع المعلومات التي يشملها التقرير؟[25]

فكاتب التقرير بحاجة لإعطاء مؤشر للموضوع الذي يتعامل معه، وغالباً ما يكون من المفيد تحديد نطاق عام للمعلومات التي يود جمعها.

---

[24] - Report Writing , a guide to organization and style, April 2005, Learning Support and Development, University of Bolton, available: http://www.bolton.ac.uk/library/LibraryPublications/StudySkills/reportw.pdf David Rudd:

[25] - Report Writing , a guide to organization and style, April 2005, Learning Support and Development, University of Bolton, available: http://www.bolton.ac.uk/library/LibraryPublications/StudySkills/reportw.pdf David Rudd:

على سبيل المثال: قد يقرر كاتب التقرير المعلومات ما هي أنواع المعلومات التي لن يتعامل معها.

ولا بد أن تتوفر في المعلومات الخصائص الآتية:

1. الدقة.
2. ارتباطها باحتياجات المستفيدين.
3. الشمول.
4. التوقيت المناسب.

يمكن جمع البيانات من خلال الملاحظة أو قد يكون لدى الصحفي الكثير من المعلومات التي يحتاج لها بالفعل، بيد أنه قد يكون هناك مادة أخرى هي بحاجة أساسية لمثل هذه المعلومات يستقيها من آخر الأبحاث والدراسات والمؤلفات. وقد يحتاج إلى إجراء بعض المقابلات أو القيام بزيارة إلى المكتبة لجمع كل المعلومات التي يحتاجها في تقريره، وكذلك استخدام مصادر المعلومات الالكترونية وغيرها من مصادر.

مرحلة التنظيم والبناء الهيكلي:



في مرحلة التنظيم علينا أن نعرف:

كم من الوقت نحتاج لإنجاز كتابة التقرير؟

هل يمكن تقسيم الوقت لعدة مراحل؟

إذا كان الأمر كذلك علينا وضع مواعيد لكل مرحلة من المراحل المختلفة، ورسم مخطط لهيكل التقرير، وتوزيع المهام على مجموعة العمل ضمن وقت معقول لإكمال الجدول ضمن الموعد المحدد. كما أن التفكير في بنية التقرير الإخباري مهمة جداً، فتنظيم التقرير وهيكلته قد يساعد أو يعرقل فهم التقرير، علماً أنه ليس هناك وصفة ثابتة لهيكل التقرير، فأقسام وعناصر التقرير تتوقف على طبيعة وهدف التقرير، على أن تتدفق محتويات التقرير تدفقاً منطقياً يشبه الترتيب الزمني من الماضي إلى الحاضر.

وكذلك يقوم بناء التقرير الصحفي على عدة عناصر هي: [26].

1. تمهيد عن موضوع التقرير.
2. شرح الأحداث الجارية.
3. خلفية عن الأحداث الماضية.
4. تفسيرات وتعليقات للأشخاص المشتركين في الحدث.
5. وثائق وإحصاءات في موضوع التقرير) حسب المتاح.
6. مشاهد حية من قلب الأحداث.
7. الربط بمواقع لها علاقة بموضوع التقرير.
8. نتائج الحدث أو الخلاصة.

الهيكل العام للتقرير يجب أن يتضمن ثلاثة أجزاء أساسيه:

1. بداية التقرير.
2. صلب التقرير.
3. الخاتمة.

عند صياغة التقرير يجب مراعاة ما يلي:

1. مقدمة يبين فيها الكاتب دوافع كتابه التقرير والمعلومات التي استعملها في اتخاذ قراراته.
2. عرض مسلسل ومرتب للبيانات التي يراها مهمة في توضيح المعلومات التي جمعها.
3. خاتمه موجزه يوضح فيها كاتب التقرير موضوع التقرير.

مرحلة الكتابة:

على الرغم من أهمية مرحلتي الإعداد والبناء الهيكلي للتقرير إلا أنهما غير كافيتين لضمان جودة التقرير، وغالباً ما يتطلب الأمر من كاتب التقرير كتابة مسودة أو أكثر قبل الوصول لشكل التقرير النهائي، ولعل أصعب مهمة هي كتابه المسودة الأولى، ولتسهيل ذلك على الكاتب أن لا يهتم بشكل كبير بقواعد اللغة أو أسلوب الكتابة لأنه من المرجح أن تخضع هذه المسودات لتعديلات كثيرة.

---

[26] ماجد - سالم تربان: فن التقرير الصحفي في المواقع الالكترونية الإخبارية، مجلة الفلسطينية، جامعة الأقصى، ISSN 2070 – 3147، المجلد السادس، العدد الثاني عشر، 2012م، ص 2.

وغالباً ما تمر عملية الكتابة بعدة خطوات نوجزها بشكل عام بالآتي:

1. جمع وتنظيم المعلومات.
2. تحديد الأفكار الرئيسية.
3. كتابه المسودة الأولى للتقرير.
4. إعادة كتابة المسودة.
5. قياس قابلية التقرير للقراءة.
6. التدقيق.
7. التصحيح اللغوي والأسلوبي والطباعي.

قبل الخوض في تفاصيل هذه الخطوة على الصحفي أن يبحث عن موضوعات لتقاريره تمتاز بجملة صفات ينبغي التأكيد عليها، وعليه بذل كل ما بوسعه للحصول عليها من أبرزها:

1. البحث عن كل جديد وغريب ومشوق، يحتوي على عناصر جذب تشد الانتباه. بما يدفع المتلقي إلى متابعة المادة إلى نهايتها.
2. البحث عن الموضوعات التي يدور حولها خلاف في الرأي أو صراع بين جهتين.
3. البحث عن موضوعات قريبة من البيئة الجغرافية والنفسية والفكرية للقارئ.
4. أن لا تكون هذه المعلومات مزدحمة كثيرة التفاصيل تشتت ذهن المتلقي، وفي الوقت نفسه لا تكون عارضة غير مركزة أو عديمة الفائدة أو غير مكتملة.
5. أن تركز المقدمة على الوقائع، مع التحذير الشديد من الوقوع من إقحام الصحفي نفسه في الموضوع أو إبداء الرأي.
6. أن يعمل كاتب التقرير على تطبيق القاعدة الذهنية التي تقول: (خير الكلام ما قل ودل) أو (خير الكلام ما أغنى قليله عن كثيرة) بمعنى أكبر كمية من المعلومات في أقل عدد من الكلمات.
7. أن يجيب تقريره عن الأسئلة المعروفة: من، ماذا، متى، أين، كيف، وليس شرطاً أن تجيب عنها جميعها.
8. أن تكون كتابته مركزةً وقوية العبارة مجردةً من الألفاظ التي يمكن الاستغناء عنها وبعيدة عن الألفاظ العامية.
9. أن يعبر التقرير الإخباري عن الواقعة بحيادية من دون سعي لإثارة كاذبة.
10. البعد عن التكرار في الكلمات والدقة في اختيار الألفاظ والعبارات.

11.يعمل المراسل على قاعدة: حديث الإثبات أقوى من حديث النفي، والأفعال أقوى من الأسماء، والأحداث أقوى من الآراء.

قد يكتب شخص بأسلوب سيء حتى ولو كان متعلما بشكل جيد، وقد يكتب بأسلوب مكتبي فيفشل في الاتصال مع الجمهور، فأسلوب الكتابة الجيد في عملية الاتصال ليس كأسلوب الكتابة المكتبي ويجب أن يشمل:

1. الوضوح.
2. الإيجاز.
3. الصراحة.

وفي أسلوب كتابة التقرير يجب أن يكون كل شيء واضح، لذلك تعد عملية البحث عن ما يجعل الكتابة سهلة ومقروءة تبدأ بمعرفة العوامل التي تؤثر في عملية القراءة وهي:

1. البحث عن منظر جذاب.
2. البحث عن موضوع للتقرير والأفضل ألا يكون تقنياً.
3. البحث عن أسلوب سهل واضح ومباشر.
4. استخدام جمل قصيرة.
5. استخدام كلمات قصيرة ومألوفة.

ولتحقيق أسلوب جيد [27] هناك العديد من الأعراف في حقل كتابة التقرير، فمثلاً التقرير يجب أن يكون جاداً (عند شرح الأمور المهمة) من دون أن يكون مهيباً (معتم وكئيب).

وعلى الكاتب أن يحفز الجمهور قدر الإمكان في أسلوب الكتابة وهو ما يقود لكتابة تقرير أفضل.

والغرض من الأسلوب الجيد هو أن يؤثر على القارئ على وجه التحديد في الطريقة التي ينوي إيصال الفكرة من خلالها، والأسلوب بهذا المعنى لا يقصد به هذا النوع من اللغة التي نجدها في الأدب أو العلم. فالأسلوب الجيد يعني ببساطة اختيار طرق للتعبير عن الحالة التي يغطيها التقرير والتي من شأنها توصيل الأفكار بشكل واضح، وحتى يصل الكاتب لأسلوب جيد عليه أن يضع نفسه في مكان القراء أو المشاهدين أو المستمعين ويقرأ تقريره (هل يجده مفهوما؟) وعلى كاتب التقرير أن لا يجعل القراء يجهدوا أنفسهم في فهم التقرير.

---

[27] - John Bowden: Writing a Report, How to prepare , write and present really effective reports,

لذلك لا يصلح مع التقرير الإعلامي إلا الأسلوب البسيط الواضح، والجمل القصيرة، وجمع أكبر كمية من الحقائق والمعلومات، في أقل قدر ممكن من الكلمات، وهو في ذلك لا يعتني بما كتب في الموضوع من أبحاث ودراسات وتقارير، ولا يعنيه أن يسجل كل الحقائق بالأرقام، أو يدعمها بالبيانات والإحصائيات والرسوم.

مرحلة المراجعة:



لى كاتب التقرير في أثناء مراجعة التقرير وقبل عملية الإنتاج التأكد من أن تقريره الخبري يحتوي على أربعة جوانب مهمة:

1. معلومات شاملة عن كل جوانب الحدث.
2. تحليل لهذه المعلومات، عن طريق التفسير ووضعها في إطارها العام.
3. خلاصات، أو استنتاجات لدلالات الحدث ومغزاه .
4. توقعات بما سيكون عليه المستقبل أو المؤشرات التي ينطوي عليها.

على أن يقدم معلومات واضحة وموجزة، كاملة وصحيحة، وقد أعدت بدقة، بحيث يقرأ بسهولة وراحة، هذه ليست بالمهمة السهلة، وعليه أن يكون مستعداً لإعادة كتابة أجزاء من التقرير ربما عدة مرات.

وفي هذه المرحلة يتم إعادة قراءة التقرير قراءة متأنية لاستدراك ما فاته أو تصحيح ما أخطا فيه سهواً، ومراجعة مادة التقرير الأساسية، ماذا يعرض في كل جزء من أجزاء التقرير، ويجب التأكد من مناسبة أسلوب الكتابة للقارئ والوسيلة الإعلامية والتأكد من جودة الصور، ومطابقة الصوت للصورة إن كان تصويره متحركا، وتطبيق قواعد الكتابة (المقدمة، الجسم، الخاتمة)، مع التأكد من وضوح القواعد العامة للكتابة، والمراجعة المنطقية للمعلومات وحسن تنظيمها في التقرير، وصحة هجاء الكلمات ومراعاة قواعد اللغة.

مرحلة الإنتاج بما فيها من إخراج عام للتقرير:



بمجرد الانتهاء من مراجعة التقرير تبدأ مرحلة إنتاجه، وقبيل هذه المرحلة وبعد أن جمعنا مواد التقرير علينا أخذ دقيقة لتَنظيمها، إن أي دقيقة نفكر فيها بتخطيط التقرير ستَمنعُ مشاكلَ غير محسوبة فيما بعد، وعلى كاتب التقرير القيام بالمهام الآتية:

1. البحث بين الملاحظات والمواد الأولية لتحديد أفضلها، واكتشاف النقاط الرئيسية وأقوى الاقتباسات.
2. اتخاذ قرار ما هي الفكرة الرئيسية التي سيركز عليها التقرير، وما هو جوهره؟ يجب أن نكون قادرين على التعبير عن هذه الفكرة بجملة أو اثنتين.
3. ما هي النقاط الرئيسية التي سَتدْعمُ هذه الفكرة؟. ووضعُ هذه النقاطِ الرئيسيةِ في تسلسل منطقي، سَيُساعدنا ذلك على اتخاذ قرار حول كيفية رواية التقرير الإخباري بجودة أعلى.
4. قال أحد الخبراء في الإعلام: "الكتابة هي التفكير، ذاك كل ما يتعلق بالكتابة، الأمر بسيط كما أنه لا يزال يقوم بالعجائبَ، إن كتابة موضوع واحد وعدة مواضيع رئيسية يَتطلبان ترتيبا لفوضى التفاصيل التي تواجهها أحياناً عندما تصل إلى نهاية التقرير."

عاشراً: مكونات التقرير الإلكتروني

مكونات التقرير لا تخرج عن أي موضوع إعلامي آخر- باستثناءات قليلة أبرزها حاجة التقرير الإلكتروني إلى صفات خاصة في كل مكون من هذه المكونات، وهي:

العنوان:

العنوان هو أول اتصال للجمهور مع التقرير، والهدف منه إعلامهم بمحتويات التقرير، لذلك يجب أن يكون موجزاً، ويحتوي معلومات كافية لتمييز التقرير عن التقارير الأخرى المماثلة[28].

[28] - Report Writing , a guide to organization and style, April 2005, Learning Support and Development, University of Bolton, available: http://www.bolton.ac.uk/library/LibraryPublications/StudySkills/reportw.pdf David Rudd:

والأساس في العنوان هو أنه الواجهة لأي عمل إعلامي، وعنصر الجذب الحقيقي نحو المادة المنشورة، والعامل الأساسي وراء إقبال المتلقي على متابعة الموضوع، أو تراجعه، فالعنوان الجذاب هو مفتاح نجاح أي عمل إعلامي، لذلك يجب الاهتمام بالعنوان وبذل أكبر جهد ممكن للوصول به إلى المستوى الذي يشد القارئ وبالتالي فإنه يجب أن يكون دائما أحد الهموم الأساسية لمحرري وكتاب الوسائل الإعلامية.

مقدمة التقرير الإلكتروني:



تعد المقدمة هي المشهد الافتتاحي في التقرير، ويجب أن تكون مثيرة لاهتمام الجمهور وجاذبة لانتباههم وتثير فضولهم وتدفعهم لمتابعة التقرير حتى نهايته. وعلى كاتب التقرير أن يبذل الكثير من الوقت والجهد في اختيار الجملة الاستهلالية، لأن لها تأثيراً كبيراً على الجمهور، كما أنها تساعد على المضي قدماً في ما تبقى من التقرير.

فمن المهم أن تمثل الجملة الافتتاحية أول علاقة للجمهور مع التقرير، ومن المهم أن تقنعه بأهمية الحدث وجدية الموضوع الذي يتناوله التقرير ويقربه من اهتماماته.

ومقدمة التقرير الإخباري ترتبط بالخط الافتتاحي للمؤسسة الإعلامية، وتوجهاتها، وبالجمهور المستهدف المستقبل لهذه الرسالة الإعلامية، وبكاتب التقرير.

ولمقدمة التقرير الإخباري عدة وظائف، أهمها: [29]

1. أن تمهد لموضوع التقرير.
2. أن تهيئ القارئ له.

---

29 ـ فن الكتابة الصحفية: المكتبة الشاملة، متاح على موقع
http://shamela.ws/browse.php/book-8651/page-143#page-159

وتحتوي مقدمة التقرير على العناصر التالية:

1. واقعة ملموسة.
2. موقف معين.
3. صورة منطقية.
4. زاوية جديدة لموضوع غير جديد.

جسم التقرير الإلكتروني: [30]

يمثل جسم التقرير القاعدة المهمة في الأحداث التي يغطيها التقرير، فهو يتضمن الشروح والتفاصيل، ويحتوي البيانات والتصريحات والوثائق ذات الصلة بموضوع التقرير.

جسم التقرير[31] كذلك يضم الأدلة والشواهد أو الحجج المنطقية التي تدعم الموضوع الذي يتناوله التقرير **أو** الجزء المهم فيه، لذلك يجب أن يكون مركزاً وأن تكون فقراته لا لبس فيها، مختصرة وغنية بالمعلومات، مع وجود أجزاء أخرى تدعم فكرة التقرير وتفاصيل تضيف لموضوعه، ولذلك يجب إعطاء جسم التقرير الكثير من العناوين.

ومن الضروري أن يحرص كاتب التقرير على أن يضّمن جسم التقرير جانبين مهمين؛ هما:

1. مسار الحدث أو الواقعة التي يتناولها التقرير، وتطور هذا المسار منذ بدايته حتى نهايته.
2. الربط بين الوقائع التي يضمها التقرير، وأن يكشف عن العلاقات بينها حتى يكشف ما وراءها أو ما يكتنفها من غموض.

كما يحتوي جسم التقرير تفاصيل وتتكون من أجزاء كل منها تشكل شريحة من التقرير تتناول جزء من أحداثه في وحدة متكاملة يتم ترتيبها في تسلسل وفق الأهمية التنازلية لكل منها، أي نبدأ من الأهم ثم الأقل أهمية وهكذا.

كما يتضمن بعضها خلفيات وهي الأصول الرئيسية التي تسببت بوقوع الحدث أو تطوراته السابقة، ويمكن تجزئه أوليات الحدث إلى فقرات تتضمن كل منها جزء من تلك الأوليات أو الأصول في وحدة متكاملة ويتم ترتيبها وفق الأهمية التنازلية لكل منها.

---

[30] - المرجع السابق نفسه، ص 102.

[31] - Bretislav Turecek: Effective Writing For Todays Media, available: Internet: http://peu.ecn.cz.

خاتمة التقرير الإلكتروني: (32)



خاتمة التقرير تضم في الحالة المثالية الاستنتاج أو الملخص الذي ينبغي أن تؤكد صحة التقرير،_وهي آخر جزء في التقرير وأهم ما فيه، وهي بمنزلة حوصلة شديدة الاختصار لجوهر التقرير مع التركيز على أهم استنتاج.

وفي حال عدم التعرّض إلى الحلول في جسم التقرير يمكن تخصيص الخاتمة إلى عنصر الحل، فمثلاً عندما تشير الخاتمة إلى طرافة المقدمة أو إلى الحالة الخاصة التي تم افتتاح التقرير بها وتوحي هذه الخاتمة بشكل الدائرة وانتهاء الموضوع بالعودة إلى بدايته.

ويساعد الشكل الدائري على حصر الموضوع وخلق شعور بالاكتمال والشمولية، وقد تكون الخاتمة إخبارية موجهة إلى المستقبل في تجسير العلاقة مع أحداث متوقعة في مرحلة لاحقة.

ولا بد أن تتضمن:

1. تقييم كاتب التقرير للموضوع الذي يتناوله التقرير.
2. عرض النتائج التي وصل إليها الصحفي خلال بحثه في موضوع التقرير.
3. التعميم لحقائق معينة أو آراء خاصة أو لبعض النتائج التي حصل عليها الصحفي، وإن كان يفضل ألّا يلجأ المحرر إلى التعميم إلا إذا كان مستنداً إلى وثائق أو حقائق لا تقبل الجدل أو النقاش.

ومن الضروري أن يراعي كاتب التقرير توفر صفتين مهمتين في خاتمة التقرير الإخباري؛ وهما:

1. أن يحرص بقدر الإمكان أن تثير في ذهن القارئ حواراً حول موضوع التقرير، وأن تدفعه إلى التفكير في الموضوع ومتابعته فيما بعد إن كان الموضوع يستحق المتابعة.

- المرجع السابق، ص 122.[32]

2. أن تترك خاتمة التقرير صدى عن موضوع التقرير لدى القارئ، وأن تدفعه – في بعض الأحيان– إلى اتخاذ موقف أو تكوين رأي معين تجاه الموضوع أو المشكلة التي يثيرها التقرير.

احدى عشر: القوالب الفنية المستخدمة في بناء التقرير الإلكتروني

تعد كتابة التقارير عنصراً أساسياً في صناعتها ما دامت وسائل الإعلام المختلفة تتعامل مع السيل المتدفق من الموضوعات بحسب فلسفتها وطبيعة جمهورها ومواعيد صدورها.

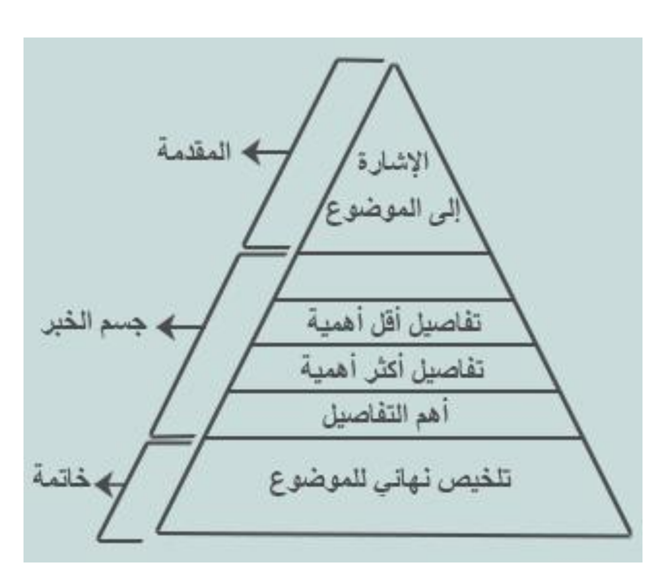
وغالبا ما يسأل كاتب التقرير الإخباري الإلكتروني نفسه كيف نحرر التقرير؟

وللإجابة على هذا السؤال يجب تذكر القاعدة الذهبية في التحرير إن كتابة التقرير تقوم على عدة أشكال فنية وهذا بحسب طبيعة موضوع التقرير والوسيلة الإعلامية والجمهور المستهدف.

وتأخذ كتابة التقارير الإلكترونية أشكال (قوالب) متنوعة تختلف بحسب مضمون كل تقرير، وأبرز هذه القوالب شيوعا في وسائل الإعلام المتنوعة القوالب الآتية:

قالب الهرم المعتدل (المعدول):

يقوم قالب الهرم المعتدل على خلاف بناء الهرم المقلوب، حيث تبنى بعض التقارير بهذا القالب أي أنها تبدأ الموضوع بعناصر ثانوية وتؤجل ذكر العناصر المهمة داخل التقرير إلى ما بعد العناصر الثانوية التي يتم وضعها في صدارة التقرير، بحيث يتم اختيار العناصر الثانوية بذكاء لتكون ذات دلالة وليست جزئيات عديمة الأهمية.



ويضم البناء الفني لقالب الهرم المعتدل ثلاثة أجزاء: مقدمة وجسم وخاتمة.

ومن أشكال هذا النوع من التقارير تقرير الخدمات المباشر الشائع في الصحافة النسائية والذي يلبي احتياجات الصحافة النسائية باعتبارها (صحافة خدمات)، ويقدم إرشادات ونصائح مباشرة للجمهور في مجالات اهتماماته المختلفة، كما تبنى التقارير الإخبارية التعليمية والتوجيهية أيضاً وفق هذا الشكل الفني.

قالب التتابع الزمني:

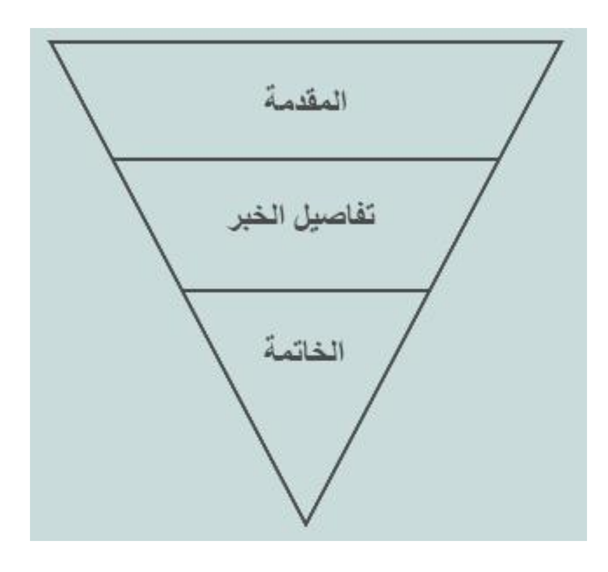


يعد قالب التتابع الزمني من أقدم القوالب الصحفية التي استخدمتها الصحافة في تغطية الأحداث بالشكل الذي وقعت فيه.

وقد استعارت الصحافة الإخبارية هذا القالب من المجلات، حيث المقالات فيها تتسم بالطابع السردي الذي يمكّن كاتب التقرير البارع من حكاية قصة خبرية جيدة.

وغالباً ما يستخدم أسلوب التتابع الزمني في التقارير التي تسجل تجارب المتحدث أو ما يسرده المتكلم الذي يسجل مغامراته وتجاربه، كما انه يوفر لكاتب التقرير فرصة فريدة حين يريد توضيح فعل معين، إضافة إلى أنه قالب سهل الفهم ومن الممكن أن يكون موجزاً أو تفصيلياً وهذا راجع إلى أن بعض التقارير الإخبارية تكون ممتعة جداً بحيث تستدعي كتابتها سعة من الوقت حيث تعرض المعلومات ويتم سرد الحدث[33] على نحو تفصيلي.

الهرم المقلوب:



تتمسك بعض التقارير الإخبارية بقالب الهرم المقلوب المعتمد في الخبر[34].

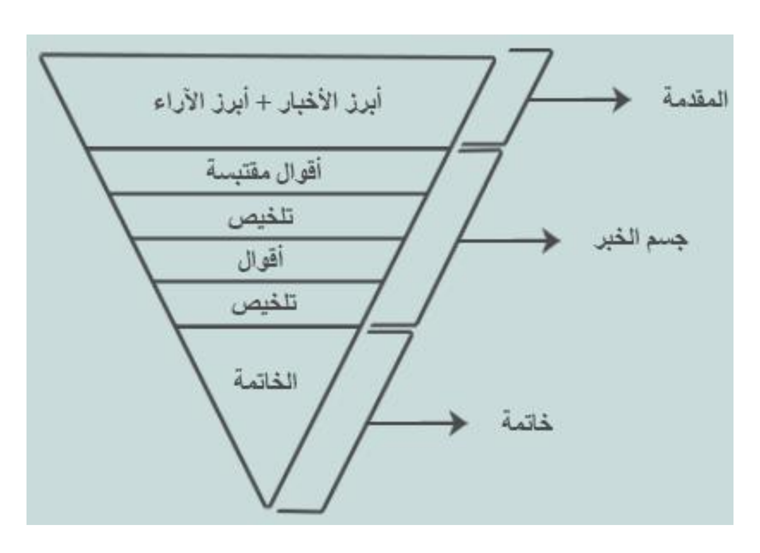
وقالب الهرم المقلوب، هو القالب الذي يضم مقدمة وجسماً فقط، بحيث تشتمل المقدمة على العناصر الرئيسية للحدث أو الواقعة، أما جسم التقرير فيشمل تفاصيل الحدث أو الواقعة، ويتميز البناء الفني لتقرير المادة المدعمة بالصور الذي يبنى وفق هذا القالب

33 - إعداد التقرير التلفزيوني: بغداد، مركز الديار للدراسات والبحوث الإعلامية، متاح على موقع http://www.aldiyarsat.net/news/129/ARTICLE/1986/2009-01-23.html

34 - المهدي الجندوبي، التحرير الصحفي، جامعة البحرين: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2010، ص 56.

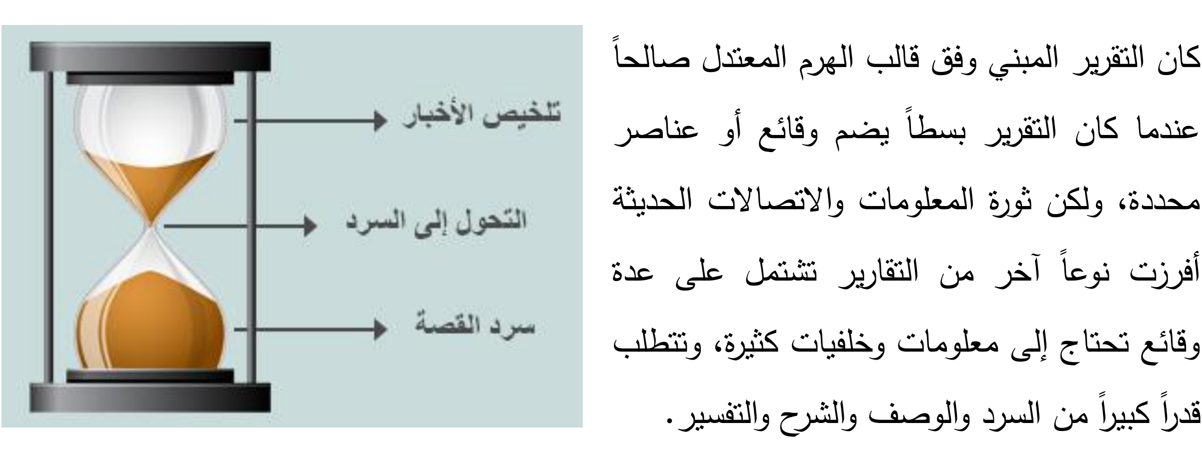
بأن المقدمة تشتمل على جميع الأجزاء المكتوبة في التقرير، في حين أن الجسم يشتمل على الصور المصاحبة له فقط.

الهرم المقلوب المتدرج:



ترتب العناصر الرئيسية في قالب الهرم المقلوب المتدرج بطريقة تنازلية من الأهم إلى الأقل أهمية بحسب قالب الخبر المعهود، ولكن يتبع كل عنصر رئيسي من عناصر التقرير مباشرة تفصيلات وجزئيات تسمح بتطويره وإثرائه.

المزج بين الهرم المعتدل والهرم المقلوب (قالب الساعة الرملية hourglass):



كان التقرير المبني وفق قالب الهرم المعتدل صالحاً عندما كان التقرير بسطاً يضم وقائع أو عناصر محددة، ولكن ثورة المعلومات والاتصالات الحديثة أفرزت نوعاً آخر من التقارير تشتمل على عدة وقائع تحتاج إلى معلومات وخلفيات كثيرة، وتتطلب قدراً كبيراً من السرد والوصف والشرح والتفسير.

إذن أصبحنا أمام مشكلتين:

الأولى: تعدد الوقائع والأحداث والعناصر التي يتضمنها التقرير الواحد.

الثانية: حاجة هذه الوقائع إلى معلومات وخلفيات كثيرة.

وكان الحل ابتكار قالب فني جديد، تم فيه الإبقاء على "الهرم المعتدل" الذي يصلح عادة للسرد والوصف والشرح والتفسير، ولكن أضيف إليه "الهرم المقلوب" الذي يصلح لترتيب الأحداث والوقائع وفقاً لأهميتها، واتفق على تسميته بقالب "الساعة الرملية Hourglass"[35].

وعند المزج بين قالب الهرم المعتدل وقالب الهرم المقلوب في النص الواحد يبدأ التقرير بمعلومات ثانوية ولكنها ذات دلالة وتليها معلومات مهمة، ثم من جديد يتم إدراج عناصر إخبارية وفق الترتيب التنازلي أي الأهم ثم الأقل أهمية بحسب خطة التفريع أو تسلسل العناصر المتساوية أو العرض الموضوعي، بحيث يتم تقسيم الموضوع إلى عناصر رئيسة ثلاثة أو أكثر متساوية الأهمية مثل أغصان الشجرة التي تتفرع من الجسم الواحد، وينتقل المتلقي من عنصر إلى آخر إلى أن يكتمل التقرير.

ولا يتم الانتقال إلى العنصر اللاّحق إلا بعد استكمال كل العناصر الفرعية للموضوع الواحد على أن تستقل كل فقرة بعنصر موحد ومتماسك، ويتم تفريع كل عنصر رئيسي إلى عناصر ثانوية تماماً مثلما ينقسم الغصن الواحد إلى فروع تم إلى أوراق[36].

قالب الأهرام المتعاقبة The Series Pyramids:



قالب الأهرام المتعاقبة هو قالب حديث مستوحى من قالب الهرم المقلوب التقليدي، ويستخدم لكتابة التقارير الشديدة التعقيد The Complex Reports، ويأخذ ثلاثة أشكال أو قوالب:

1. القالب (أ): يأخذ شكل المثلثات الحادة Triangles
2. القالب (ب): يأخذ شكل المثلثات غير الحادة Wedges
3. القالب (ج): يأخذ شكل المستطيلات Rectangles [37].

[35] - Walter, Fox. Writing the news: A guide for print journalists.- USA: Iowa state university press/AMES, 2nd.ed., 1993, pp.77.79.
[36] - المهدي الجندوبي، التحرير الصحفي، جامعة البحرين: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2010، ص 70.

قالب السرد المباشر:

تعتمد بعض التقارير على قالب السرد المباشر، حيث دخل هذا القالب الصحفي الجرائد اليومية قادماً من عالم المجلة وأسلوبها المميز، وعلى الجمهور أن يتابع الموضوع من البداية حتى النهاية لكي يعرف ما يتحدث عنه الكاتب.

وقالب السرد المباشر الذي يروي الموضوع من بدايته المنطقية إلى نهاية المنطقية لم يستخدم في الصحافة إلا نادراً.

القالب التجميعي:

يستخدم القالب التجميعي في جمع الموضوعات أو أخبار الحوادث والجريمة سوية في موضوع واحد ويكتب بمقدمة قصيرة وبقية تفاصيل التقرير على شكل فقرات متساوية الأهمية[38] كما مر سابقاً.

القالب التشويقي:

تعتمد كتابة بعض التقارير على القالب التشويقي الذي يعتمد على إخفاء أهم عنصر في التقرير ليأتي في النهاية وليس في بداية التقرير، ويتم الاحتفاظ بعنصر مهم يتم طرحه في نهاية التقرير.

وفي بعض الأحيان يأتي مضمون التقرير الذي يكتب بالأسلوب التشويقي وفق قالب الترتيب الزمني تقريباً لأنه من أكثر الأساليب تشويقاً في رواية التقرير الإخباري[39].

قالب المستطيلات المتساوية:

تبنى العديد من التقارير وفقاً لقالب المستطيلات المتساوية، ومنها تقارير الصور المتتابعة.

ويتكون هذا القالب من جسم فقط، ولا توجد فيه مقدمة، ذلك أن عنوان التقرير يؤدي دور العنوان والمقدمة معاً.

ويضم هذا التقرير عدة صور متتابعة، بحيث تختص كل صورة بجانب معين من جوانب الحدث، ويقوم شرح (كلام) الصور بدور الشرح والتفسير لأبعاد الصورة ودلالاتها.

---

[37] - Gene, Gilmore. Modern newspaper editing. USA: Iowa state university press/AMES, 1990, p. 111.

[38] - إعداد التقرير التلفزيوني: بغداد، مركز الديار للدراسات والبحوث الإعلامية، متاح على موقع http://www.aldiyarsat.net/news/129/ARTICLE/1986/2009-01-23.html

[39] - إعداد التقرير التلفزيوني: بغداد، مركز الديار للدراسات والبحوث الإعلامية، متاح على موقع http://www.aldiyarsat.net/news/129/ARTICLE/1986/2009-01-23.html

ويستخدم تقرير الصور المتتابعة في كتابة الشؤون الخاصة بعروض الأزياء، وأدوات المكياج أو التسريحات الجديدة أو غير ذلك من الشؤون النسائية.

قالب القوائم List Technique:

قالب القوائم هو قالب مستوحى من قالب الهرم المقلوب التقليدي، وقد أصبح من القوالب الفنية المهمة في الربع الأخير من القرن العشرين وبدايات القرن الحادي والعشرين، ويأتي في المرتبة الثانية من حيث الاستخدام بعد قالب الهرم المقلوب.

أما عن سبب بروزه وزيادة أهميته في الوقت الحالي، فهذا يعود لكونه من أصلح القوالب الفنية على الإطلاق لتغطية الأخبار والتقارير الإخبارية التي تدور حول الدراسات والأبحاث، وما أكثرها في عصر انفجار المعلومات، وهو كثير الاستخدام في الصحافة الأمريكية على وجه الخصوص، كما تم استخدامه وبنجاح كبير في صحافة الحوادث لتغطية محاضر المحاكمات ومحاضر الشرطة.

ويستخدم قالب القوائم في صحافة الحوادث لكتابة التقارير التي تضم عدة نقاط متساوية الأهمية، وينبغي تسليط الضوء عليها بشكل متوازن[40].

وعموماً، عندما يستخدم المحرر قالب القوائم أو كما يسميه البعض بـ **(قالب الفهرس)** يجب أن يقسم تقريره إلى:

1. **المقدمة:** وتشتمل على موجز عن التقرير.
2. **الجسم:** ويتضمن الوقائع والأحداث والتفاصيل والمعلومات الخلفية كافة، حيث يضع المحرر قائمة بأهم النقاط أو الجوانب التي يضمها التقرير ليعالجها بالتفصيل كل نقطة على حدة، وإذا استخدم المحرر قائمة ثانية في منتصف التقرير، هنا يجب أن يبدأ بمقدمة ثانية وبعدها يضع قائمة أخرى تتضمن أهم النقاط المراد مناقشتها.
3. **الخاتمة:** وفيها يقوم المحرر بعملية "توسيع" Elaboration لكل ما ورد من نقاط مهمة في القوائم.

ويجب ألا تتجاوز القائمة الأولى التي تأتي في بداية التقرير خمسة بنود، إلا أنه يمكن التوسع في القائمة الثانية التي تتجاوز أحياناً ستة بنود.

40- Carol, Rich.(1994), p.221.

وأخيراً، في حال استخدام هذا القالب يجب على المحرر أن يعرض كل بند من بنود القائمة بفقرة منفصلة، وتعد الجمل المتساوية الطول المتوازية هي الأكثر فعالية ولكن لا يعتبر هذا شرطاً ملزماً في أية حال [41].

[41] - Carol, Rich.(1994), p.222.

الخلاصة

التقرير بأنواعه المختلفة، فن يقع ما بين الخبر والتحقيق الصحفي، ويتميز بالحركة والحيوية في مجموعة المعارف والمعلومات التي يتضمنها، ففي اللغة العربية جاء مفهوم التقرير من فعل قرَّر، يقرّر، ويعرف قاموس أوكسفورد التقرير بأنه نوع من الكتابة على درجة عالية من التنظيم.

التقرير الإعلامي فن من فنون الكتابة الإعلامية قائم بذاته، وهو فن يقع بين الخبر والتحقيق.

يعد التقرير أحد الأشكال المهمة التي تقدمها وسائل الإعلام المتنوعة في نشراتها وبرامجها تحت مسميات متعددة، مع بعض الاختلافات في البنية والصياغة.

وتتنوع التقارير من جهة غاياتها لكنها جميعاً تتطلب بنيةً رسمية وتخطيطاً دقيقاً، ومن الباحثين من يقسم التقارير بحسب الوسائل الإعلامية، فهناك التقرير الصحفي والإذاعي والتلفزيوني والإلكتروني.

دخل الإعلام الإلكتروني ويكاد يصبح الوسيلة الإعلامية والاتصالية الأكثر حضوراً وجماهيرية، واستطاع مجاراة الوسائل السابقة، وجذب الجمهور.

أتاح النشر الفوري للأخبار في الوسائل المختلفة ولاسيما الإلكترونية فرص كبيرة أمام انتشار التقارير، والتقارير المكتوبة بشكل جيد تمكن الجمهور من الوصول إلى المعلومة التي يريدها بسهولة وتُمكنه من فهم الموضوع وبالتالي تُساعد على اتخاذ القرارات السليمة.

يؤدي التقرير الإلكتروني شأنه في ذلك شأن جميع التقرير في وسائل الإعلام المختلفة مجموعة وظائف، من السمات التي تميز التقارير الإلكترونية السمات الأسلوبية التي تشترك مع جميع أنواع التقرير في مختلف الوسائل، ولكن قد يأخذ أسلوب التحرير طابعه من طابع الوسيلة.

وثمة خصائص يجب أن تتوافر في التقرير الإلكتروني حتى يمكن اعتباره تقريراً جيداً.

تمر عملية إعداد وكتابة التقارير الإلكترونية بخمس مراحل (خطوات) رئيسية، كما أن مكونات التقرير لا تخرج عن أي موضوع إعلامي آخر، باستثناءات قليلة أبرزها حاجة التقرير الإلكتروني إلى صفات خاصة في كل مكون من هذه المكونات.

وتأخذ كتابة التقارير الإلكترونية أشكال (قوالب) متنوعة تختلف بحسب مضمون كل تقرير.

المراجع

1. محمد فريد محمود عزت: المقالات والتقارير الصحفية ؛ أصول إعدادها وكتابتها، بدون ناشر، 2002.
2. سميرة محي الدين شيخاني، ومحمد خليل الرفاعي: الصحافة المتخصصة، جامعة دمشق، مركز التعليم المفتوح، 2007م.
3. ماجد سالم تربان :فن التقرير الصحفي في المواقع الالكترونية الإخبارية الفلسطينية، مجلة جامعة الأقصى، ISSN 2070 – 3147، المجلد السادس عشر، العدد الثاني، 2012 م.
4. اتحاد وكالات الأنباء العربية: تحديات عصر الإعلام، وكالات الأنباء في التسعينات.
5. ليلى عبد المجيد، محمود علم الدين: فن التحرير الصحفي، المفاهيم والأدوات.
6. فن الكتابة الصحفية: المكتبة الشاملة، متاح على موقع http://shamela.ws/browse.php/book
7. عبد العزيز شرف: فن التحرير الإعلامي، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1980.
8. صيغة تظهر العمل وحالته بوصفهما حقيقة موضوعية لا مجرد شيء في الذهن. (تفسير المورد البعلبكي، طبعة سنة 1974. بيروت دار العلم للملايين.)
9. ياسر عبد العزيز، عولمة وكالات الأنباء، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2005.
10. فن الكتابة الصحفية: المكتبة الشاملة، متاح على موقع http://shamela.ws/browse.php/book-8651
11. إعداد التقرير التلفزيوني: بغداد، مركز الديار للدراسات والبحوث الإعلامية، متاح على موقع: http://www.aldiyarsat.net/news/129/ARTICLE/1986/2009-01-23.html
12. المهدي الجندوبي، التحرير الصحفي، جامعة البحرين: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2010.
13. Harris, J., et al., 1992: The Complete reporter 6th ed., Macmillan publishing company, New York.
14. Bratislava Turecek: Effective Writing for Today's Media, available: Internet: http://peu.ecn.cz.
15. Report Writing: A take-away guide published by Multimedia, Publishing Ltd, (C) Multimedia Publishing Ltd, 1975.

16. Brooks Brian, and James L. Pinson: Working with Word a Concise Hand book For Media Writers and Editors, 2nd, New York, Martin's Press, 1993.
17. Bryan Platt: Report Writing, A take–away guide published by Multimedia, Publishing Ltd, (C) Multimedia Publishing Ltd, 1975, Available:
http://www.google.com.sa/search?as_q=REPORT+WRITING&as_epq=&as_oq=&as_eq=&as_nlo=&as_nhi=&lr=lang_en&cr=&as_qdr=all&as_sitesearch=&as_occt=any&safe=off&as_filetype=pdf&as_right.
18. Walter Fox: Writing the News, a Guide for Print Journalists, 2nd.ed. Iowa State University Press, Ames, Iowa, 1993.
19. Report Writing, a guide to organization and style, April 2005, Learning Support and Development, University of Bolton, available: http://www.bolton.ac.uk/library/LibraryPublications/StudySkills/reportw.pdf David Rudd.
20. John Bowden: Writing a Report, How to prepare, write and present really effective reports.
21. Gene, Gilmore. Modern newspaper editing. USA: Iowa state university press/AMES, 1990 .

التمارين

أجب عن الأسئلة التالية:

1. عرّف التقرير الإلكتروني؟ وما هي أبرز مميزاته؟
2. عدد مراحل إعداد التقرير الإلكتروني.
3. ما هي قولب كتابة التقارير الإلكتروني؟

ضع إشارة (صح√ أو خطأ X) أمام العبارات الآتية:

1. التقرير نوع إعلامي يقدم معلومات لإقناع الناس بهذه المعلومات بما يخدم عملية التغيير. صح
2. تتمسك بعض التقارير الإخبارية بقالب الهرم المقلوب المعتمد في الخبر. وقالب الهرم المقلوب، هو القالب الذي يضم مقدمة وجسماً وخاتمة. خطأ
3. تضم خاتمة التقرير الإلكتروني عرض النتائج التي وصل إليها الصحفي خلال بحثه في موضوع التقرير. صح
4. يستخدم القالب التجميعي في جمع الموضوعات أو أخبار الحوادث والجريمة سوية في موضوع واحد ويكتب بمقدمة قصيرة وبقية تفاصيل التقرير على شكل فقرات غير متساوية الأهمية. خطأ

الوحدة التعليمية التاسعة

التحقيق والحديث الإلكترونيان

الوحدة التاسعة: التحقيق والحديث الإلكترونيان

- مقدمة
- تعريف التحقيق الإلكتروني
- سمات التحقيق الإلكتروني ووظائفه
- أنواع التحقيق الإلكتروني
- مراحل إنجاز التحقيق الإلكتروني
- قوالب بناء التحقيق الإلكتروني
- عناوين التحقيق الإلكتروني ومقدماته وخواتيمه
- صحفيو التحقيقات الإلكترونية
- تعريف الحديث الإلكتروني
- أنواع الحديث الإلكتروني
- مراحل إنجاز الحديث الإلكتروني
- تقنيات الحديث الإلكتروني
- قوالب بناء الحديث الإلكتروني
- عناوين الحديث الإلكتروني ومقدماته وخواتيمه

الأهداف التعليمية:

بعد دراسة هذه الوحدة التعليمية يجب أن يكون الطالب قادرا على أن:

1. يعرّف التحقيق الإلكتروني
2. يتعرف على سمات التحقيق الإلكتروني ووظائفه
3. يعدد أنواع التحقيق الإلكتروني
4. يذكر مراحل إنجاز التحقيق الإلكتروني
5. يذكر قوالب بناء التحقيق الإلكتروني
6. يميز بين عناوين التحقيق الإلكتروني ومقدماته وخواتيمه
7. يعرف من هم صحفيو التحقيقات الإلكترونية
8. يعرّف الحديث الإلكتروني
9. يعدد أنواع الحديث الإلكتروني
10. يميّز مراحل إنجاز الحديث الإلكتروني
11. يتعلم تقنيات الحديث الإلكتروني
12. يعرف قوالب بناء الحديث الإلكتروني
13. يميز بين عناوين الحديث الإلكتروني ومقدماته وخواتيمه

-

أولاً: مقدّمة



يعد التحقيق والحديث الصحفيان من الفنون الصحفية الاستقصائية التي تسعى المواقع الإعلامية إلى إغناء صفحاتها بهما لما يشكلان من تحدٍّ مهني للصحفيين الإلكترونيين فهما يجمعان بين عدد الفنون الصحفية في آن واحد كالخبر والحوار والرأي.

ويسعى الجمهور الإلكتروني لقراءة التحقيق والحديث الصحفي لما يتمتعان به من حيوية من خلال اتصالهما بالأحداث الجارية، ففي فن التحقيق يروي الصحفي عن موضوع تحقق منه وعايشه؛ ما يشعر القارئ بفضول معرفة المزيد، كما أن الحديث الصحفي يستقطب الجمهور القارئ عبر مقابلة إحدى الشخصيات المتميزة أو المعنيّة في مجال معين.

ويهدف التحقيق والحديث الإلكترونيان إلى التركيز على ما وراء الخبر عبر الإجابة عن السؤال لماذا، فيعمد التحقيق إلى الشرح وتحليل الموضوعات التي تهم الرأي العام وسبر أبعادها ودلالاتها، بالإضافة إلى الكشف عن السلوك غير الأخلاقي وغير القانوني لأي شخص أو مسؤول أو طرف أو منظمة أو حتى دول، ويمكن الحديث الصحفي أن يكون جزءاً من فن التحقيق وأشكال صحفية أخرى أو فناً مستقلاً بذاته.

وتطورت طرق إجراء التحقيقات والأحاديث الصحفية حيث توفر شبكة الإنترنت سلسلة من الخدمات القيّمة، حيث سهلت إنجاز التحقيقات والأحاديث ونشرها في المواقع الإلكترونية، وساهمت في مضاعفة القدرة على التواصل مع الشخصيات المتحدثة والتقصي من الوقائع بشكل فوري عبر تعدد المصادر، بالإضافة إلى إثارة اهتمام القراء الإلكترونيين من خلال دعم الموضوع المنشور بالصور ومقاطع الصوت ولقطات الفيديو والروابط التشعبية.

ثانياً: تعريف التحقيق الإلكتروني



لا يوجد اختلاف من حيث مفهوم التحقيق الصحفي وتعريفه في مختلف الوسائل الإعلامية المطبوعة والإذاعية والتلفزيونية والإلكترونية•. ويعرّف التحقيق الصحفي "في اللغة من مادة حقّق، وحقق الأمر أثبته وصدقه، وفي الصحافة فن تقصي الحقائق والمعلومات بأسلوب علمي وتقديمها للناس من خلال تغطية تحريرية مدعومة بالصور والوثائق بهدف الإيضاح والتفسير والتنوير والتثقيف". [1]

ويعني التحقيق الصحفي أيضاً بأنه "الإبلاغ عن مسألة، وغالباً ما تكون فضيحة أو جدل، بكل تفاصيلها، إنها تقرير متعمّق، يختار مراسل أو فريق من الصحفيين موضوعاً معيناً ويتعمقون به". [2]

ويشير عبد العزيز شرف إلى أن التحقيق الصحفي "يتخذ من البحث منهاجاً في التفكير ويسلك لنفسه طرقاً صحفية في التفكير، والطابع البحثي للتحقيق الصحفي يعني عمليات مستمرة في التعرف على المشكلات والقضايا المطروحة في المجتمع، وفي الحصول على البيانات وتصنيفها وتبويبها واستخلاص النتائج وفي النهاية تحرير هذه النتائج تحريراً صحفياً". [3]

ويحدد روبرت كرين **Robert Greene** ثلاثة عناصر أساسية في التحقيق الصحفي وهي: [4]

• هناك **فرق بين الريبورتاج والتحقيق**: إن كلمة ريبورتاج تعني التقرير المصور في حين أن كلمة تحقيق تدل على التحقيق في الجرائد والمجلات والتلفزيون والإذاعة والمواقع الإلكترونية، الريبورتاج يصف الحدث في حين أن التحقيق يقول لنا لماذا حدث ذلك وكيف حدث.

[1] - اسماعيل، ابراهيم. (2014). **الإعلام المعاصر ـوسائله مهاراته تأثيراته أخلاقياته**. (ط.1). الدوحة: وزارة الثقافة والفنون والتراث، ص 89.

[2] - **Reporting and Editing**. p. 91.Retrieved 2-7-2017. Available:*download.nos.org/srsec335new/ch7.pdf*

[3]- شرف، عبد العزيز. (2000). **الأساليب الفنية فى التحرير الصحفى**. (ط.1). القاهرة: دار قباء، ص 314.

[4] - Bauer, David. (2005). **Investigative Journalisms a Means of Resistance: A Linguistic Analysis**. p. 4. Retrieved 8-7-2017. Available :https://www.davidbauer.ch/wp-content/uploads/2008/01/investigative_journalism.pdf

1. أن يكون التحقيق عمل المراسل وليس تقريراً عن التحقيق الذي أجراه شخص آخر.
2. موضوع التحقيق ينطوي على شيء ذو أهمية.
3. محاولة آخرين إخفاء مسائل عن العامة.

ويتفق الصحفيون وأكاديميون ومعلقون في مختلف وسائل الإعلام على مبادئ أو جوانب معينة من صحافة التحقيق الإلكترونية:[1]

1. إنها عن حفر بعمق في قضية أو موضوع:
2. يجب أن تكون القضية أو الموضوع ذات أهمية عامة: أي المصلحة العامة تعني إما أن المجتمع سيكون محروماً من عدم معرفة هذه المعلومات، أو سيستفيد (سواء مادياً أو من خلال اتخاذ القرارات المستنيرة) من خلال معرفته بها.
3. إنها عمليّة وليست حدثاً: صحافة التحقيق لا توفر قصة فورية، بل يمر التحقيق عبر مراحل معترف بها من التخطيط والإبلاغ، ولديه معايير مقبولة للعمل من الدقة والأدلة.
4. إنها أصلية واستباقية: يجب أن تستند قصص التحقيق إلى عمل الصحفي وفريقه، على الرغم من أنه يمكن أن تبدأ قصة التحقيق مع تلميح، أو طباعة مستند سري مرسل من مجهول، لكن هذه ليست صحافة التحقيق التي تحمل المخاطر الكبيرة، لأنه يجب التحقق في الهوية والنوايا الحسنة أو دوافع المصدر أو صحة الأدلة.
5. ينبغي أن تنتج معلومات جديدة أو تجميع المعلومات المتاحة سابقاً بطريقة جديدة للكشف عن أهميتها.
6. ينبغي أن تكون متعددة المصادر.
7. نظراً لطابعها المتعمق، فإن صحافة التحقيق تدعو إلى مزيد من الموارد والعمل الجماعي والوقت أكثر من التقارير الإخبارية الروتينية.

[1] - **What is investigative journalism**. P4-5. Retrieved 1-7-1017.Available: *sand-kasten.org/ijm/Chapter_1.pdf*

ثالثاً: سمات التحقيق الإلكتروني ووظائفه

عند إنجاز التحقيق الإلكتروني يجب أن يراعي المحرر سمات التحقيق الأساسية وهي:[1]

1. الصفة الوثيقة بالقراء والمساس بحياتهم.
2. الفحص والتدقيق: الدقة والمعلومات.
3. الطابع البحثي: البحث عن جذور المشكلة ومسبباتها وأعراضها وجوانبها المختلفة.
4. الإتقان: الجودة في تناول الموضوع.
5. التفرد: تميز المعالجة الصحفية للقضية/ الموضوع.
6. وضوح الفكرة: فكرة واضحة وإزالة أي غموض.
7. صدق الوقائع: الصدق والأمانة في عرض الوقائع.

ومراعاة السمات الأساسية السابقة تمكّن المحرر الإلكتروني من إنجاز وظائف التحقيق الصحفي التي تلبي وظائف الصحافة الأساسية: [2]

1. **وظيفة الإعلام:** حيث يقوم التحقيق بنشر الحقائق والمعلومات الجديدة بين القراء.
2. **تفسير الأنباء:** يقوم التحقيق الصحفي بتفسير الأخبار والأحداث وشرحها وذلك بالكشف عن أبعادها الاجتماعية والاقتصادية ودلالاتها السياسية.
3. **وظيفة التوجيه والإرشاد:** وذلك بتصدّيه لقضايا المجتمع ومشاكله والبحث لها عن حلول.
4. **التسلية والإمتاع:** بالتركيز أحياناً على الجوانب الطريقة والمسلية في الحياة.
5. **الإعلان:** يشيد أحياناً التحقيق الصحفي بمشروع معين ويسمى في هذه الحالة بالتحقيق الإعلاني.

---

[1]- عبد العزيز، مجدي. صديق، رامي. (2016). **التحرير الصحفي علم ومهارة وفن**. القاهرة: المعهد الدولي العالمي للإعلام، ص 13. استرجع بتاريخ 15-7-2017 من: www.shorouknet.com/pdf/karsat/4.pdf

[2]- علم الدين، محمود.(2010). **الصحافة الاستقصائية كشكل من أشكال التغطية الصحفية التفسيرية والاستقصائية، في ضوابط التحقيقات الصحفية الأمنية**. (ط.1). الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ص 38.

رابعاً: أنواع التحقيق الإلكتروني

رغم تشعب مجالات التحقيق الإلكتروني وتعدد موضوعاته إلا أنه يمكن تصنيفه وفقاً لوظيفته إلى خمسة أنواع رئيسية:[1]

1. **تحقيق الخلفية: Background**: يستهدف شرح وتحليل الأحداث والكشف عن أبعادها ودلالاتها، إنه تحقيق يبحث بالدرجة الأولى عما وراء الخبر.
2. **تحقيق الاستعلام أو التحري Inquiry**: يلتقط مسألة من مسائل التي تهم الرأي العام فيجمع كل التفاصيل المتعلقة بها ويعرضها على القراء ويلقي الضوء على جميع الجوانب، وينطلق من النظر إلى التحقيق الصحفي باعتباره أداة من أدوات تشكيل الرأي العام.
3. **تحقيق البحث أو التحقق Investigation**: يشبه التحقيق الذي تجريه الشرطة في كشف الجرائم الغامضة، أي يستهدف الكشف عما لا يعرفه أحد.
4. **تحقيق التوقع Anticipation**: يستهدف مساعدة القارئ ليس في عرف كيف وقع هذا الحدث أو ماذا جرى في القضية، وإنما يستهدف أيضاً وبدرجة أهم مساعدة القارئ في معرفة كيف سيتطور هذا الحدث/ أي ماذا سيجري في المستقبل.
5. **تحقيق الهروب Escapism**: يلبي حاجة القارئ إلى التسلية والإمتاع، وهو يأخذ صفة الهروبية من كونه يشد القارئ بعيداً عن مشاكله اليومية ويهرب به عن اهتماماته السياسية.

كما يمكن تحديد أنواع أخرى للتحقيق الإلكتروني وفق أهدافه:[2]

- **التحقيق الإعلامي**: يستهدف نشر الحقائق والمعلومات بين الجمهور.
- **التحقيق التفسيري**: يستهدف شرح الأحداث وتحليلها وتقديمها بصورة مبسطة.
- **التحقيق التوجيهي /الإرشادي**: يتم التصدي فيه لمشكلات وقضايا تهم الرأي العام.
- **التحقيق التشويقي**: يدور حول الموضوعات الغريبة والطريفة ويمتع القارئ.
- **التحقيق التعليمي/العلمي**: يتناول الموضوعات العلمية من اكتشافات واختراعات بطريقة تسهل قراءتها بعيداً عن المصطلحات المعقدة.

---

[1]- أبو زيد، فاروق. (1990). **فن الكتابة الصحفية**. (ط.4). القاهرة: عالم الكتب، ص 97-98.

[2]- شلهوب، عبد الملك .(2004) .**التحقيق الصحفى أسسه أساليبه اتجاهاته الحديثة**. (ط.1). القاهرة: مكتبة الملك فهد الوطنية، ص 103-102.

- **التحقيق الإعلاني:** يهدف إلى التسويق والترويج لبعض السلع أو لخدمات ويقوم على أساس الإدراك التام لما يحققه التحقيق من أثر نفسي في الآخرين.

كما ينقسم التحقيق الصحفي الإلكتروني إلى: [1]

- **التحقيق الصحفي المتخصص:** ينقسم إلى التحقيق العلمي والرياضي والفني وغيرها من التحقيقات التي تقدمها الاقسام المتخصصة في الصحيفة.
- **التحقيق الصحفي العام:** مثل تحقيق المشكلات الذي يطرح مشكلة من المشكلات بهدف الوصول إلى حل لها، والتحقيق المشوق الذي يقدم ألوان النشاط المرتبط بالعلوم والفنون والتجارب الإنسانية الناجحة، ويسمى تحقيق المنوعات وتحقيق الرحلات وتحقيق دراسة الشخصية وتحقيق المناسبات وتحقيق الدراسة الصحفية.

خامساً: مراحل إنجاز التحقيق الإلكتروني

إن إعداد التحقيق الإلكتروني ونشره على الموقع الإلكتروني يمر بمراحل أساسية وهي:[2]

أولاً: اختيار فكرة/ موضوع التحقيق

يبدأ التحقيق الصحفي فكرة أو موضوعاً في ذهن الصحفي، ترتبط بالأحداث الكبرى أو القضايا ذات الصلة بالحياة اليومية للمجتمع، أو تلك التي تستقطب اهتمام جمهور واسع من قراء الصحيفة، وتحتاج إلى إيضاح وشرح وتفسير وكشف الغموض الذي يحيط بها.



---

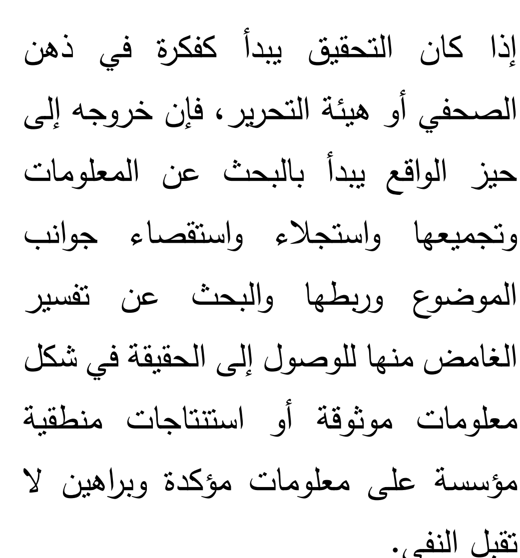
(1)- المصدر السابق نفسه، ص 103- 104.

(2)- البخاري، أحمد الأمين، أحمد. (2010). **الصحافة الاستقصائية-دورات تكوينية لصالح الصحفيين-نقابة الصحفيين الموريتانيين،** ص 11-12. استرجع بتاريخ 2017-6-29 من: https://www.aswat.com/files/Investigative%20Journalism-%20AR.pdf

ويجب أن تحقق فكرة التحقيق الإلكتروني مجموعة من المعايير لتحقق الفاعلية والقبول من القراء وهي:[1]

1. أن تكون فكرة التحقيق الصحفي جديدة ومبتكرة.
2. أن تكون فكرة التحقيق الصحفي قابلة للتنفيذ.
3. أن تكون فكرة التحقيق الصحفي منسجمة مع قيم المجتمع ومعاييره المعتبرة.
4. أن تراعي فكرة التحقيق الصحفي السياسية التحريرية والقوانين والنظم الصحفية.

ثانياً: تنفيذ التحقيق الإلكتروني



إذا كان التحقيق يبدأ كفكرة في ذهن الصحفي أو هيئة التحرير، فإن خروجه إلى حيز الواقع يبدأ بالبحث عن المعلومات وتجميعها واستجلاء واستقصاء جوانب الموضوع وربطها والبحث عن تفسير الغامض منها للوصول إلى الحقيقة في شكل معلومات موثوقة أو استنتاجات منطقية مؤسسة على معلومات مؤكدة وبراهين لا تقبل النفي.



وعند المباشرة بتنفيذ فكرة التحقيق يجب التفكير بمسألة المصادر التي تعد ركيزة أساسية في إنجاز التحقيق الإلكتروني، ويجب أن تكون المصادر دقيقة وسياقية ومنهجية، وتتوسع هذه المصادر بين ما تقدمه وسائل الإعلام المختلفة وما تتضمنه الدراسات والأبحاث والتقارير والنشرات والوثائق المختلفة إلى المشاهدات الحيّة للصحفي والمناسبات والقصص الإنسانية والحالات الغريبة، وصولاً إلى شبكة الإنترنت ووسائل الإعلام الاجتماعية مثل (الفيس بوك، تويتر، يوتيوب، المدونات...الخ).

[1]- شلهوب، عبد الملك. التحقيق الصحفي أسسه أساليبه اتجاهاته الحديثة، مرجع سابق، ص 195.

وحالياً تسهل شبكة الإنترنت عمل الصحفيين الإلكترونيين من خلال الوصول إلى الآلاف من المصادر المتاحة للصحفيين والتي تشمل:(1)

- مصادر حكومية.
- الأفراد.
- المنظمات غير الحكومية.
- الأعمال.
- قواعد البيانات.

وتوفر شبكة الإنترنت وسيلة إضافية لصحفيي التحقيقات الإلكترونية لجمع أشكال كثيرة من المعلومات من جميع أنحاء العالم –إذا استخدمت استراتيجياً عبر المزايا الآتية:(2)

- أكثر الأدوات سهولة للبحث السريع، والبحث عن المفقودين والتدقيق بالمعلومات، وتوفر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات خطوط عرض للصحفيين لممارسة المزيد من النفوذ والتعمق عند التحقيق والعمل على الفكرة وتوسيع تفتيشهم إلى تحقيق شامل.
- تتيح للصحفيين أن يصبحوا أكثر دراية بالموضوعات والوصول إلى المعلومات الأساسية والانخراط مع مجموعة متنوعة من الاتصالات العالمية، مع تنوع جهات الاتصال من الشرطة والاستخبارات والمحامين إلى المجرمين.
- توفر مكان اجتماع مفيد جداً لإعداد الاتصالات الإلكترونية، إذ تقدم مجموعات الأخبار والمدونات فرصة للقاء الآخرين في جميع أنحاء العالم وطرح الأسئلة التي قد تساعد في البحث، ويمكن للصحفيين أيضاً إجراء المقابلات عبر البريد الالكتروني، حيث يجد الصحفيون أن غرف الدردشة يمكن أن تكون مفيدة للتحقق من المصادر عبر الإنترنت.
- التحقق من المعلومات عبر الانترنت من مواقع أخرى، البحث عن عنوان بريد إلكتروني أو رقم هاتف للتحدث إلى شخص ما، وطرح الأسئلة الآتية:

---

(1) - Knight, Alan. **Online Investigative Journalism**.p.8. Retrieved 17-7--2017. Available: *ejournalist.com.au/v1n1/inv.pdf*

(2) - Forbes, Derek. (2005). **A watchdog's guide to investigative reporting - A simple introduction to principles and practice in investigative reporting**. (1st .ed). Johannesburg: the Konrad Adenauer Stiftung Media Programme, p. 35 – 36.

- ما هو جدول أعمال أو هدف الموقع؟
- كم عمر الموقع والمعلومات، هل تم تحديث المحتوى في كثير من الأحيان؟
- ما هي مصادر الموقع من الحقائق؟
- هل يمكن التحقق من هذه الحقائق من مصدر بديل؟

ثالثاً: كتابة التحقيق الصحفي

تعتبر كتابة التحقيق الصحفي واحدة من المحطات التي تبرز فيها كفاءات المحرر وقدراته المهنية، فمن خلالها يتواصل مع القارئ ويقدم خلاصة المرحلتين السابقتين، وتتطلب كتابة التحقيق استخدام الأجناس الصحفية كلها في التحقيق الواحد، ومن الضروري أثناء كتابة التحقيق أن ينتبه الصحفي إلى أنه يخاطب شرائح وطبقات متباينة المستويات والاتجاهات والغايات، هذا ما يفرض استخدام لغة تناسب عقول القراء على تفاوت مستوياهم، على أن تكون لغة غير مبتذلة ولا ركيكة ولا متهافتة، وبعيدة عن الألفاظ الصعبة والثقيلة.

وتنقسم صياغة التحقيق الصحفي إلى خمسة أساليب أساسية: [1]

- **العرض:** يستعرض الصحفي المعلومات والآراء التي حصل عليها بأسلوب جذاب على أن يكون محايداً إذا تضارب أقوال مؤيدين ومعارضين حول القضية وموضوع التحقيق.
- **القصة:** اتباع الأسلوب القصصي لرواية الأحداث، وقد يكون التحقيق قصة واحدة أو مجموعة قصص مجتمعة، والفرق بين التحقيق الصحفي الذي كتب في قالب القصة وبين القصة الأدبية أن الأول ليس إلا حقائق أما الثانية فقد تمتزج في الحقيقة بالخيال.
- **الوصف:** يقدم الكاتب موضوعه بطريقة الوصف المباشر للمكان أو للحدث وكيفية ووقوعه أو وصف للشخصية محور التحقيق.
- **الحديث:** أكثر القوالب شيوعاً في فن التحقيق الصحفي، حيث ينقل الكاتب المعلومات والبيانات إلى قرائه على لسان مصدر أو أكثر فتنتشر بينهم.
- **الاعتراف:** ينقل الصحفي رواية الأشخاص المشاركين في الحدث، وعليه ان يكون أميناً في النقل مراعياً لظروف المتحدث النفسية.

[1]- اسماعيل، ابراهيم. الإعلام المعاصر -وسائله مهاراته تأثيراته أخلاقياته، مرجع سابق، ص 92-93.

- **المختلط:** يقدم الكاتب من خلاله معلوماته في قالب العرض في فقرة وفي قالب القصة في فقرة أخرى، وفي قالب الحديث في فقرة ثالثة.

سادساً: قوالب بناء التحقيق الإلكتروني

اعتاد محررو التحقيقات الصحفية في الصحافة الورقية على الاستعانة بثلاثة قوالب فنية على أساس البناء الفني للهرم المعتدل بأنواعه:

1- **الهرم المعتدل المبني على العرض الموضوعي:** يصلح هذا القالب لتحرير التحقيقات التي تتناول مشكلات وقضايا عامة، ويقوم على عرض الزاوية الرئيسية في الموضوع ثم عرض بقية الزوايا حسب أهمية كل منها ثم عرض نتيجة البحث والتحقيق.

2- **الهرم المعتدل المبني على الوصف التفصيلي:** يقوم على مقدمة عامة وسريعة للحدث، ويترك الوصف التفصيلي للحدث في الجسم، والخاتمة تربط بين التفاصيل المتناثرة لصورة الحدث وتقدم صورة متكاملة أو تقتصر على انطباعات المحرر.

3- **الهرم المعتدل المبني على السرد القصصي:** يلجأ المحرر إلى كتابة التحقيق الصحفي في شكل قصة يسردها كالقصص الأدبية.•

ولجأ المحررون الإلكترونيون إلى تبني أساليب جديدة في تحرير التحقيقات الصحفية لإشباع رغبة القارئ في الحصول على معلومات وافية عن موضوع التحقيق والحصول على رجع صدى مباشر، ويشير كلاً من حسني نصر وسناء عبد الرحمن إلى أهمية القالب الفني الذي يتم وضع التحقيق فيه حيث شبه بعض أساتذة الصحافة المحرر الصحفي بالمهندس على أساس أنهما يتبعان نفس القاعدة التي تقول "إن المحتوى هو الذي يحدد القالب" ويعني هذا أنه قبل أن نصمم صندوقاً علينا أن نعرف على وجه الدقة ما الذي سنضعه فيه.

وأبرز القوالب الفنية الحديثة في تحرير التحقيق الإلكتروني:[1]

•- للاستزادة القوالب التقليدية للتحقيق الصحفي انظر إلى: فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، ص ص 107- 130.

(1)- حسني نصر وسناء عبد الرحمن: **الفن الصحفي في عصر المعلومات: تحرير وكتابة التحقيقات والأحاديث الصحفية**. العين: دار الكتاب الجامعي، 2005، ص 178- 181.

قالب لوحة التصميم Story Board:

يتم في هذا القالب إدخال الصوت والصورة والمنتديات الحوارية مع التحقيق الصحفي، ويأخذ هذا القالب شكل اللوحة التي تضم في الجزء الأعلى منها إطارين رئيسيين يضع الصحفي في الإطار الأول أو ما يسمى بالصفحة الرئيسية العنوان الرئيسي والعنوان الثانوي، بالإضافة إلى مقدمة التحقيق وبؤرة التركيز فيه، ويضع في الإطار المقابل عناصر الوسائط المتعددة الملحقة بالتحقيق كالمقاطع الصوتية لأقوال المصادر المشاركة في التحقيق ولقطات الفيديو الخاصة بالحدث أو القضية بالإضافة إلى الرسوم البيانية والرسوم الإيضاحية المصاحبة.

وتحت الإطار الأول يتم تقسيم التحقيق إلى أربعة إطارات فرعية يتضمن الأول منها معلومات الخلفية عن الموضوع وجدول زمني لتطور القضية أو المشكلة أو الحدث موضوع التحقيق.

أما الإطار الثاني فيتضمن شريط طولي أو عرضي لتقديم الملامح الشخصية لصناع الحدث والمصادر المشاركة في التحقيق.

وفي الإطار الثالث يضع الصحفي روابط لموضوعات صحفية متصلة بموضوع التحقيق ومواقع أخرى.

أما الإطار الرابع فيخصص للتفاعل مع القراء مثل استقبال التعليقات والآراء من القراء وإنشاء منتديات الحول حول موضوع التحقيق.

قالب المقاطع Section Technique:

يناسب هذا القالب التحقيقات الطويلة والمركبة والمعمقة والقصص المفصلة، ويقوم على تقسيم التحقيق إلى مقاطع والتعامل مع كل مقطع على أنه وحدة مستقلة لها مقدمة وجسم وخاتمة، ويتم تقسيم التحقيق إلى مقاطع وفقاً لترتيب وقوع الأحداث أو وفقاً للتطور الزمني للحدث أو القضية.



قالب الساعة الرملية Hourglass Structure:

تشبه بداية قالب الساعة الرملية الهرم المقلوب، حيث تضم أهم المعلومات التي توصل إليها التحقيق ثم يحتوي على سرد تتابعي لجزء أو بقية التحقيق.

ويتكون هذا القالب من مقدمة ملخصة ثم معلومات خلفية عن القضية أو الحدث موضوع التحقيق، ثم عرض أهم وجهات نظر أطراف القضية أو الحدث، ثم عرض زمني متتالي للأحداث الفرعية في التحقيق.

ويناسب هذا القالب المحررين الذين يفضلون المدخل التقليدي في رواية الأحداث بالإضافة إلى القراء الذين لا يستطيعون قراءة كل التحقيق أو الذين لا يرغبون في قراءته في شكل قصة أو حكاية، وبالتالي فإنه يمكن استخدامه في التحقيقات المتصلة بالحوادث والجرائم والقصص الإنسانية الدرامية.

ووفقاً لما سبق يتكون قالب الساعة الرملية من ثلاثة أجزاء:

القمة The Top:

في القمة تأتي المقدمة الملخصة متبوعة بثلاث أو أربع فقرات تجيب عن أهم الأسئلة التي يمكن أن تتبادر إلى ذهن القارئ حول موضوع التحقيق، وتحقق هذه المقدمة أهم مزايا قالب الهرم المقلوب في تلخيص أهم معلومات التحقيق للقارئ المتعجل.

التحول The Turn:

يتم في هذا الجزء إعداد القارئ للتحول إلى الحكاية وغالباً ما يتمثل هذا التحول في عبارة مثل "ويصف شهود العيان ما حدث في.. أو وتبدأ وقائع القضية بـ..".

الحكاية The Narrative:

يخصص هذا الجزء لرواية تطور الحدث أو القضية مدعمة بالمعلومات وأقوال المسؤولين والمتخصصين والشهود وأبطال الحدث ويمكن وضع معلومات الجزء الثالث في ثلاثة أجزاء مثل القصة بداية ووسط ونهاية.

قالب وول ستريت جورنال Wall Street Technique:

يطلق على هذا القالب أيضاً قالب "لب البندق"، ويبدأ هذا القالب باستهلال خفيف حول شخص أو مشهد أو حادثة وتقوم فكرته على الانتقال من الخاص إلى العام، بدءاً بشخص أو مكان أو حدث يوضح النقطة الرئيسية في التحقيق من منطلق أن هذا الشخص هو واحد من كثيرين تأثروا بالقضية التي تعبر عنها الفقرة الجوهرية، والاستهلال قد يكون وصفياً أو سردياً أو قصصياً، ويتبع ذلك فقرة مركزية توضح مغزى التحقيق، ثم يرتب جسم التحقيق حسب وجهات نظر مختلفة أو تفصيلات تتعلق بمحور التحقيق، وتكون الخاتمة دائرية يستخدم فيها نص أو حكاية طريفة تتعلق بالشخص الذي ذكر في الاستهلال.

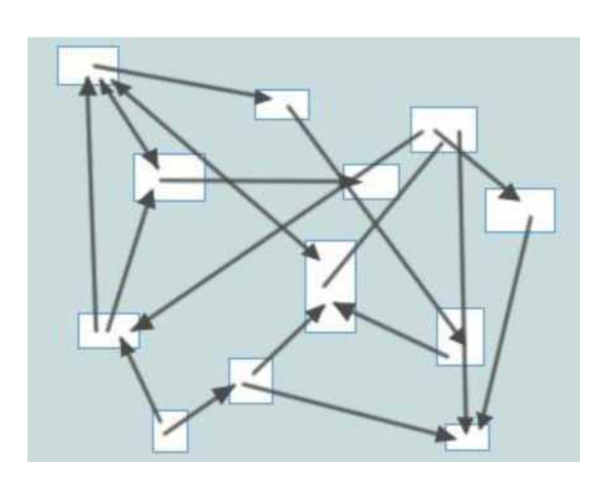


قالب الدائرة Circle Technique:

يتم تحرير التحقيق في شكل دائرة النقطة الرئيسية فيها هي الاستهلال وكل النقاط المساندة يجب أن تعود إلى النقطة المركزية في الاستهلال.

وهو على عكس الهرم المقلوب الذي ترتب فيه الوقائع حسب تدني درجة الأهمية، ففي النمط الدائري كل جزء من التحقيق مساوٍ في الأهمية لبقية الأجزاء وقد ترجع الخاتمة إلى نقطة الاستهلال.

القالب غير الخطي Nonlinear:



يُبنى التحقيق في صيغة مقاطع بحيث يكون عنوانه ومقدمته على الصفحة الأولى من الموقع بالإضافة إلى وصلات جسمه وتفاصيله وخلفياته التي توضع على صفحات أخرى من الموقع.

ويأخذ هذا القالب شكل الشجرة متعددة الفروع والأغصان أو شكل دائرة ذات أشعة تقود القارئ إلى عناصر التحقيق الصحفي من خلال وصلات النص الفائق.

سابعاً: عناوين التحقيق الإلكتروني ومقدماته وخواتيمه

يشكل عنوان التحقيق الصحفي أول شيء يقرأه ويلاحظه القارئ الإلكتروني، ويخدم كدليل ليساعد على القرار إما باستمرار قراءة الموضوع أو تخطّيه.

وتنقسم العناوين في التحقيق الإلكتروني إلى عناوين رئيسية، وعناوين فرعية تفصل بين فقرات التحقيق.

أهم أنواع عناوين التحقيق الإلكتروني:[1]

1. **العنوان الدال:** العنوان المباشر يتضمن موضوع التحقيق في جملة قصيرة تعبر عن جوهر التحقيق.
2. **العنوان الانتقائي:** يتضمن أهم فكرة في التحقيق كله وفي نفس الوقت يكون ظريفاً وجذاباً.
3. **العنوان الإيضاحي:** قريب من العنوان الدّال ويوضح موضوع التحقيق بشكل صريح.
4. **العنوان الوصفي:** يحمل وصفاً للمكان وطريقة وقع الحدث وإلى ما ذلك.
5. **العنوان الاقتباسي:** يختار المحرر أهم عبارة في تصريحات المصدر.
6. **العنوان الاستفهامي:** يوضع في صيغة سؤال فتكون إجابته على درجة كبيرة من الأهمية يبحث عنها القارئ لو اضطر لقراءة التحقيق إلى النهاية.

[1] -اسماعيل، ابراهيم. الإعلام المعاصر-وسائله مهاراته تأثيراته أخلاقياته، مرجع سابق، ص 93-94.

7. **العنوان الخطابي:** يخاطب الكاتب القارئ مباشرة، والهدف منه إيجاد علاقة بين الطرفين.
8. **عنوان المفارقة:** يتضمن جملتين كل منهما تحمل مضموناً مناقضاً لمضمون الأخرى.

وتشكل المقدمة مدخلاً لقراءة تفاصيل التحقيق الإلكتروني وتوعد القراء بمعلومات مهمة ومفصلة.

وأبرز أنواع مقدمات التحقيق الصحفي الإلكتروني: [1]

1. **المقدمة المستفزة أو المثيرة:** تثير انتباه القارئ بعرض فكرة أو معلومة غير عادية أو غير متوقعة، وهذا النوع أنسب للتحقيقات في المواضيع السياسية والحياتية.
2. **المقدمة التساؤلية:** تحاول إثارة الأسئلة ليتم تناول حلولها في صلب التحقيق، وهذا النوع من المقدمات أنسب للقضايا الخلافية أو المثيرة للنقاش والجدل.
3. **المقدمة القصصية:** تبدأ بقصة لها صلة وثيقة بموضوع التحقيق، وهذا النوع من المقدمات أكثر ملاءمة للتحقيقات التي تعالج قضايا إنسانية.
4. **المقدمة الساخرة:** لا تعني هذه المقدمة الاستهزاء، وإنما نقد الحالة بمرارة، وهذه كالمقدمة المثيرة أنسب للتحقيقات في المواضيع السياسية والحياتية.
5. **مقدمة الاقتباس:** حيث يتم فيها اقتباس قول أو رأي أو حكمة أو غيرها، وتكون ذات علاقة بموضوع التحقيق ونقطة جيدة للبدء.
6. **المقدمة الوصفية:** وتعتمد على الوصف، وتستخدم فيها ألفاظ موحية بصور معينة لدى القارئ.
7. **المقدمة المختصرة:** وتقوم على إيجاز التحقيق الصحفي كله، وهي شكل تقليدي لا يتطلب أي مجهود من المحرر.

ولا يمنع من وجود أنواع أخرى لمقدمات يبتكرها محرر التحقيق الصحفي حسب موضوع التحقيق وربما تكون أكثر جذباً.

وتشكل الخاتمة خلاصة لانطباعات الصحفي واستنتاجاته أو طرح حلول للمشكلة المعروضة وقد تفتح أفقاً لتحقيق جديد له علاقة بموضوع التحقيق.

---

[1]- البخاري، أحمد. الأمين، أحمد. الصحافة الاستقصائية، مرجع سابق، ص 13-14.

وأبرز أنواع خاتمة التحقيق الصحفي: [1]

1. **خاتمة النتيجة أو الخلاصة:** تقدم الخلاصة التي أسفر عنها التحقيق، والهدف منها إعلامي.
2. **الخاتمة المركزة:** يجمل فيها المحرر الحقائق بإيجاز كي يستوعبها القراء، ولعل رأياً عاماً يتشكل تجاه قضية موضوع التحقيق ويكون بمثابة أداة عامة للتأثير في عقول وقلوب البشر.
3. **الخاتمة المستترة:** أي غير الواضحة، ويراهن الصحفي على ذكاء القارئ.

وهناك مجموعة من النصائح بعد الانتهاء من كتابة التحقيق الإلكتروني وأهم هذه الإرشادات: [2]



1. التأكد من تحرير التحقيق بشكل صحيح.
2. التأكد من وضوح التحقيق بشكل صحيح، فضعف وغياب الرسومات أو الصور تجعل من الصعوبة فهم القصة لتصبح أقل جاذبية.
3. التأكد من أنه تم الإعلان عن التحقيق بشكل صحيح بواسطة العناوين.
4. عدم كتابة عنوان يسيء تمثيل التحقيق أو يعبر عن شيئا ليس فيه.
5. كافح من أجل الحصول على أقصى قدر من الاهتمام وأفضل موقع لقصتك.
6. إعلام المصادر الصديقة الرئيسية في قصتك عندما تنجز وتأكد من الحصول على نسخ أو روابط لإظهارها لأصدقائهم.
7. افعل الشيء نفسه مع الشخصيات الأخرى المعنية من قبل القضية.
8. كن متأكد من أن الزملاء في وسائل الإعلام أو المنظمات غير الحكومية تلقوا القصة والوثائق الرئيسية المذكورة في القصة.

---

[1]- اسماعيل، ابراهيم، الإعلام المعاصر - وسائله مهاراته تأثيراته أخلاقياته، مرجع سابق، ص 96.

[2] - Hunter, Mark. (2011).**Story-Based Inquiry: A Manual for Investigative Journalists**. France: UNESCO Publishing. p.85.

9. ترتيب مناقشة موضوع التحقيق في (وسائل الإعلام الأخرى، والجامعات، الخ).
10. توقع الهجمات المضادة من الخصوم وإعداد قصص جديدة لمواجهتهم.

وبعد نشر التحقيق على الموقع الإلكتروني يحصل الصحفي على ردود فعل مباشرة من الجمهور عبر عدة خدمات تفاعلية أهمها:

1. التعليق: ما يحدث تفاعلاً ونقاشاً ليس بين القراء والصحفيين وإنما بين القراء أنفسهم الذين يتاح لهم إبداء آرائهم واقتراح أفكار لتحقيقات جديدة أو بالتواصل مع الصحفيين.
2. البريد الإلكتروني: الذي يوضع عادة في نهاية التحقيق ما يشجع على فتح حوار بين الجمهور والصحفيين.
3. إحالة القراء إلى منتدى يمكنهم أن يعبروا فيه عن ردود فعلهم.
4. إرسال نسخة من موضوع إلى صديق أو أكثر، مما يشجع على مشاركة قراء آخرين وضمان توزيع جديد للتحقيق.
5. مشاركة موضوع ذاته في وسائل الإعلام الاجتماعية المختلفة.

ثامناً: صحفيو التحقيقات الإلكترونية

يحتاج صحفيو التحقيقات الإلكترونية بالإضافة إلى إتقان المهارات التقنية المتعلقة بتوظيف ميزات التفاعلية والوسائط المتعددة إلى التمتع بعدد من الصفات الشخصية التي تميزهم عن غيرهم من العاملين في المجال الإعلامي وأهم هذه الصفات:[1]



- الولع والشغف.
- الفضول.
- المبادرة

[1]- What is Investigative Journalism,Op. Cit. p.13-14.

- التفكير المنطقي والتنظيم والانضباط الذاتي.
- المرونة.
- العمل الجماعي ومهارات الاتصال.
- مهارات متطورة ودرجة كافية من التدريب والخبرة لمعرفة كيفية تحديد المصادر، والتخطيط لبحوث القصة، وإجراء المقابلات، والكتابة بدقة وإعلامياً.
- معرفة عامة واسعة ومهارات بحثية جيدة.
- الالتزام والصبر.
- العدالة والأخلاق القوية.
- السلطة التقديرية: القيل والقال لا يجعل صحفي جيد، فالحديث المفرط يضع التحقيق في خطر.
- المواطنة: الاهتمام بالمصلحة العامة ما يجعل المجتمع أفضل.
- الشجاعة.

تاسعاً: تعريف الحديث الإلكتروني

لابد من الإشارة إلى أن مفهوم وتعريف الحديث الصحفي الإلكتروني لا يختلف عن الحديث الصحفي في الوسائل الإعلامية الأخرى، إلا أن "صياغته تأخذ جانباً من الاعتبارات التي توفرها التقنية الحديثة التي تسمح للصحفي بكتابة الحديث الصحفي باستخدام وسائل أخرى إلى جانب الكلمات مثل لقطات الفيديو والمقاطع الصوتية والروابط الفائقة". [1]

ويعرف الحديث الصحفي بأنه "فن يقوم على الحوار بين الصحفي وشخصية من الشخصيات، وقد يستهدف الحصول على أخبار أو معلومات جديدة، أو شرح وجهة نظر معينة، أو تصوير جوانب طريفة أو غريبة أو مسلية في حياة هذه الشخصية، والحديث الصحفي قد يجري مع شخص واحد وهو الشكل الغالب على الأحاديث الصحفية، وقد يجري مع عدة أشخاص كما هو الأمر في

---

[1]- كنعان، علي. الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، مرجع سابق، ص 95.

الاستفتاء الصحفي، والحديث الصحفي قد يجريه محرر واحد وهو الأمر الغالب في الأحاديث الصحفية ولكن قد يجريه عدة محررين كما هو الشأن في المؤتمر الصحفي.[1]

كما يعرف التحقيق الصحفي بأنه "فن التحاور أو الالتقاء بمصدر من المصادر بهدف الحصول على معلومات جديدة حول واقعة معينة، أو بهدف معرفة وجهات النظر والآراء حول هذه الواقعة، أو بهدف إلقاء الضوء على شخصية معينة وقد يكون مع شخص واحد أو مجموعة من الأشخاص وقد يجريه محرر بمفرد أو أكثر من محرر". [2]

وإتقان إجراء الأحاديث مفتاح نجاح الصحفي الذي عليه أن "يعرف كيف يجري الأحاديث مع الناس فالمقدرة على الاستجواب كما يقول علماء الصحافة أمر ضروري لسبب واضح بسيط هو أن معظم الانباء تستقى من الاتصال المباشر". [3]

واستفاد الصحفي الإلكتروني من مزايا الإنترنت حيث تحرر من قيود الزمكان لإجراء الحديث الصحفي ولم يعد الصحفي مجبوراً لأن يتواصل بشكل شخصي أو يتواجد في مكان واحد مع الشخصية المتحدثة، حيث أصبح بالإمكان إجراء الحديث الإلكتروني عبر وسيط وهي شبكة الإنترنت والاستفادة من تقنياتها مثل مؤتمرات الفيديو والبريد الإلكتروني بالإضافة إلى الاستفادة من وسائل الإعلام الاجتماعية.

عاشراً: أنواع الحديث الإلكتروني

توشك أن تنحصر أنواع الحديث الصحفي في الأنواع الآتية: [4]

حديث الخبر أو الحقائق Information Interview:

الغرض منه جمع الأنباء واستقصاء المعلومات حول حادث معين، والرجوع إلى الأشخاص الذين رأوا بعينهم هذا الحادث المعين أو اشتركوا فيه وقت وقوعه.

حديث الرأي Opinion Interview:

---

[1]- أبو زيد، فاروق. فن الكتابة الصحفية، مرجع سابق، ص 14.
[2]- ابراهيم، اسماعيل. فن التحرير بين النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 95.
[3]- شرف، عبد العزيز. الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، مرجع سابق، 209.
[4]- حمزة، عبد اللطيف. المدخل في فن التحرير الصحفي، مرجع سابق، ص 409- 415.

يهتم بالحصول على آراء ذوي الخبرة والاختصاص في موضوع له أهميته في المجتمع.

حديث المعلومات والتسلية والإمتاع Feature Interview:

الغرض منه التسلية والترفيه عن القراء، وليس المهم ما يقال ولكن كيف يقال، أي الاهتمام بشخصية المتحدث وفلسفته في الحياة أكثر ما يهتم بنوع اختصاصه أو تجاربه وخبراته أو ما يصدر عنه من رأي.

حديث الجماعات Interview Group:

كأن يختار الصحفي جماعة معينة من العمال أو الفلاحين أو المدرسين ويوجه إليهم سؤالاً واحداً لا يتغير ويحصل منهم على الإجابة، وبالتالي يخرج بصورة صادقة لقطاع معين في مساحة الرأي العام وهي قريبة من طريقة الاستفتاء، أو يسأل الصحفي قائمة من المتخصصين في فن من الفنون أو علم من العلوم ذات الصلة الوثيقة بمشكلة من المشكلات التي يتم الاهتمام ببحثها والوصول فيها إلى حل وتسمى هذه الطريقة بطريقة (النادي).

حديث المؤتمرات الصحفية Press Conference Interview:

الهدف منه الحصول على أحاديث من المسؤولين سواء كانوا وزراء أم رجال أعمال أو غير ذلك، والطريقة المتبعة كأن يجتمع الوزير أو الرجل المسؤول مع ممثلي الصحفي المقيمين في مكان معين ويحدد لهم وقتاً للاجتماع ثم يدلي إليهم مجتمعين بحدثيه، وبعد ذلك يجيب على الأسئلة التي توجه إليه منهم.

احدى عشر: مراحل إنجاز الحديث الإلكتروني



تمر عملية إنجاز الحديث الصحفي الإلكتروني بعدد من الخطوات الأساسية وهي: [1]

1. تحديد الشخصية.
2. الحصول بالموافقة من رئيس التحرير أو رئيس القسم.
3. الإعداد للحوار الصحفي (جمع المعلومات والاستفادة من المكتبة والأرشيف وشبكة الإنترنت).
4. التنفيذ بمعنى إجراء الحديث/ الحوار.
5. الكتابة والصياغة.
6. المراجعة الدقيقة.
7. تسليم الحوار للنشر.
8. استقبال ردود فعل القراء والزملاء.

إن تحديد الشخصية التي سيجري معها الحوار جوهر الحديث الإلكتروني التي على أساسها تبنى الخطوات التالية، لذا يُراعى في اختيار الشخصية ما يلي:[2]

1. أن تكون شخصية مهمة أو معروفة أو مشهورة، أو جعلت منها الأحداث أو الظروف شخصية مهمة.

---

[1]-عبد العزيز، مجدي. صديق، رامي. التحرير الصحفي علم ومهارة وفن، مرجع سابق، ص 16.
[2]- علم الدين، محمود. الصحافة الاستقصائية كشكل من أشكال التغطية الصحفية التفسيرية والاستقصائية، في ضوابط التحقيقات الصحفية الأمنية، مرجع سابق، ص 247-248.

2. أن يكون الموضوع الذي تتحدث فيه الشخصية قيّماً ومهماً.
3. مراعاة اختيار الشخص المناسب بحديث في موضوع الحوار سواء كان متخصصاً أو مسؤولاً أو مواطناً عادياً، وتجنب قدر الإمكان الشخصيات المستعدة دائماً لأن تتحدث في أي موضوع.
4. المقارنة بين الشخصيات القادرة على الحديث في الموضوع نفسه لاختيار الشخصية التي تعرف أكثر عن هذا الموضوع أو الأقرب إليه أو الأقدر على أن تضيف فيه جديداً ومهماً، وتتدخل السياسة التحريرية في عملية الاختيار.

كذلك إعداد الأسئلة للشخصية المتحدثة شرط في الحديث الإلكتروني وهي تتعدل وتتطور وفق سير الحديث والنقاش ودرجة تعاون المتحدث*، ولكن هناك مجموعة من القواعد المتعلقة بإعداد الأسئلة: [1]



1. أن تتركز الأسئلة حول الموضوع الرئيسي للحدث.
2. أن تكون الأسئلة إيجابية حتى تقدم الإجابات عنها أخبار ومعلومات ووجهات نظر جديدة.
3. أن تكمّل الأسئلة بعضها بعضاً وأن تكون متسلسلة تسلسلاً منطقياً.
4. أن تكون لغة الأسئلة دقيقة وسهلة تساعد المتحدث على تقديم إجابات واضحة محددة لا تحتمل اللبس أو الغموض.
5. أن تتضمن الأسئلة الستة الأساسية: من، ماذا، متى، أين، كيف، لماذا.

---

[1]- ابراهيم، اسماعيل، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، مرجع سابق، ص 67.
[2]- اسماعيل، ابراهيم، الإعلام المعاصر- وسائله مهاراته تأثيراته أخلاقياته، مرجع سابق، ص 102- 103.

ثلاثة أشكال أو طرق فنية لتوجيه الأسئلة في صلب الحديث [2]

1. **طريقة الفصل بن السؤال والجواب:** يكتب الصحفي صيغة السؤال بالنص بعد المقدمة ثم تليها صيغة الجواب.
2. **طريقة الوصل:** يلغي الصحفي صيغة السؤال، ويستعيض عنها بعبارات أخرى تفيد أن هنا بداية سؤال عن كذا ومن العبارات التي يربط بها الصحفيون عادة بين سؤال وآخر (ورداً على سؤالنا حول.. وعما إذا كان قال، وبسؤالنا عن رأيه).
3. **طريقة حذف السؤال:** تقوم على أن يستعيض الصحفي عن السؤال بوضع نقاط تليها الإجابات وهذه لا تصلح الا في حوارات قصيرة مع نجوم الرياضة والفن.



يتطلب من الصحفي أن يبدي اهتمامه الكامل بالشخص المتحدث بشكل كامل، وبشكل أكثر تحديداً يجب ألا يركز اهتمامه على ما يقوله فحسب بل أيضاً على كيفية قوله، وإذا تردد الشخص الذي تجري معه المقابلة بالإجابة عن سؤال فهناك احتمال أن تكون هناك قصة مخفية خلف تردّده، لذا هناك بعض التقنيات المفيدة في إنجاز الحديث الصحفي:[1]



- العثور على موقع جيد لإجراء الحديث الصحفي.
- إعداد الهدف من الحديث بشكل مسبق.
- كتابة الأسئلة.
- العمل على توالي الأسئلة.

---

[1] - Selva, **Interviewing Techniques for Journalists**. p.2-6. Retrieved 10-7-2017.Available: *mpi.my/wp/wp.../T-Selva-Interview-techniques-for-journalists.pdf*

- التفكير في الوسيلة التي يجري فيعا الحديث.
- تجنب هاجس تسجيل الملاحظات عن التفاصيل الصغيرة.
- كن مزعجاً قليلاً.
- كن بارعاً قليلاً.
- تمكين وتقوية المحاورين.
- العمل مع المحاورين ما يساعد على تشكيل السرد في الحديث.
- تحمل الصمت الحرج بالموضوعات الحساسة.
- اسأل عما تحتاجه.
- الحفاظ على الاتصال البصري.
- اسأل مصدرك إذا كان هناك أي شيء نسيت أن تسأله.
- مراجعة الملاحظات الخاصة بك مباشرة بعد المقابلة.

ثلاث عشر: قوالب بناء الحديث الإلكتروني

اعتمد بناء الحديث الصحفي في الصحافة الورقية على القوالب التقليدية القائمة على الهرمين المقلوب والمعتدل•:

قالب الهرم المقلوب:

يتكون الحديث من جزأين:

•**القوالب التقليدية للحديث الصحفي:** **قالب الهرم المقلوب**: يتكون الحديث من جزأين مقدمة وجسم، وتحتوي المقدمة على أهم ما في الحديث من أخبار وآراء في حين يحتوي الجسم على النص الكامل للحديث وفيه تحتل التفاصيل مكانها في جسم الحديث حسب أهميتها فتحتل التفاصيل الأكثر أهمية الأجزاء المتقدمة في الجسم وبعدها تأتي التفاصيل المهمة باقي التفصيلات ويتلاءم مع الاحاديث الإخبارية وأحاديث الرأي، **قالب الهرم المقلوب المتدرج**: يأخذ شكل المستطيلات المتدرجة على شكل هرم مقلوب، يتكون من جزأين، وهما مقدمة الحديث وهي تحتل قاعدة الهرم المقلوب المتدرج وتحتوي على أهم الاخبار والآراء التي يتضمنها الحديث، والجسم يكتب على شكل فقرات متعددة يقوم المحرر في كل فقرة منها بتلخيص جانب من جوانب الحديث، وبين كل فقرة وأخرى يورد المحرر نص كلام المتحدث المتعلق بموضوع الفقرة الملخصة وذلك لشرح معناها أو لتأكيد هذا المعنى في ذهن القارئ أو لإضافة معنى جديد، ومن الضروري أن ترتب كل فقرة ملخصة وما بينها من فقرات مقتبسة من أقوال المتحدث حسب أهمية كل منها، **قالب الهرم المعتدل**: يتكون من ثلاثة أجزاء، مقدمة الحديث: تعد وتهيئ للقارئ للحوار بأن تشير إلى موضوع الحوار أو تصف الشخصية أو المكان أو جو الحوار وجسم الحديث يتضمن تفاصيل الحوار بحيث يبدأ من الأقل أهمية إلى الأكثر أهمية، وخاتمة الحديث: تحتل قاعدة الهرم المعتدل وتحتوي على تلخيص لأهم الأخبار والآراء التي أدلى بها المتحدث وقد تحتوي على تقييم المحرر لأقوال وتصريحات المتحدث أو انطباعاته، **قالب الهرم المعتدل المتدرج**: يأخذ الهرم شكل المستطيلات المتدرجة، ويتكون من ثلاثة أجزاء المقدمة وجسم وخاتمة، فهو يتشابه مع قالب الهرم المعتدل غير المتدرج في الشكل العام ولكن الاختلاف بينهما يأتي في جسم الهرم الذي يأخذ شكل المستطيلات المتدرجة في قالب الهرم المعتدل المتدرج بينما يأخذ الشكل الأملس في قالب الهرم المعتدل غير المتدرج، والمستطيلات في جسم الهرم المعتدل المتدرج هي نتيجة المزاولة بين فقرات التلخيص، وبين فقرات الأقوال المقتبسة من تصريحات الشخصية التي يجري معها الحديث الصحفي.

- مقدمة: وتحتوي على أهم ما في الحديث من أخبار وآراء.
- جسم: يحتوي على النص الكامل للحديث، وفيه تحتل التفاصيل مكانها في جسم الحديث حسب أهميتها، فتحتل التفاصيل الأكثر أهمية الأجزاء المتقدمة في الجسم، وبعدها تأتي التفاصيل المهمة وباقي التفصيلات ويتلاءم مع الأحاديث الإخبارية وأحاديث الرأي.

قالب الهرم المقلوب المتدرج:

يأخذ شكل المستطيلات المتدرجة على شكل هرم مقلوب، يتكون من جزأين وهما:

- مقدمة الحديث التي تحتل قاعدة الهرم المقلوب المتدرج وتحتوي على أهم الأخبار والآراء التي يتضمنها الحديث.
- جسم الحديث الذي يكتب على شكل فقرات متعددة، ويقوم المحرر في كل فقرة منها بتلخيص جانب من جوانب الحديث، وبين كل فقرة وأخرى يورد المحرر نص كلام المتحدث المتعلق بموضوع الفقرة الملخصة، وذلك لشرح معناها أو لتأكيد هذا المعنى في ذهن القارئ أو لإضافة معنى جديد، ومن الضروري أن ترتب كل فقرة ملخصة وما بينها من فقرات مقتبسة من أقوال المتحدث حسب أهمية كل منها.

قالب الهرم المعتدل:

يتكون من ثلاثة أجزاء:

- مقدمة الحديث: تعد وتهيئ للقارئ للحوار بأن تشير إلى موضوع الحوار أو تصف الشخصية أو المكان أو جو الحوار.
- جسم الحديث: يتضمن تفاصيل الحوار، بحيث يبدأ من الأقل أهمية إلى الأكثر أهمية.
- خاتمة الحديث: تحتل قاعدة الهرم المعتدل وتحتوي على تلخيص لأهم الأخبار والآراء التي أدلى بها المتحدث، وقد تحتوي على تقييم المحرر لأقوال وتصريحات المتحدث أو انطباعاته.

قالب الهرم المعتدل المتدرج:

يأخذ الهرم شكل المستطيلات المتدرجة، ويتكون من ثلاثة أجزاء، المقدمة وجسم وخاتمة، فهو يتشابه مع قالب الهرم المعتدل غير المتدرج في الشكل العام، ولكن الاختلاف بينهما يأتي في جسم الهرم الذي يأخذ شكل المستطيلات المتدرجة في قالب الهرم المعتدل المتدرج، بينما يأخذ الشكل

الأملس في قالب الهرم المعتدل غير المتدرج، والمستطيلات في جسم الهرم المعتدل المتدرج هي نتيجة المزاوجة بين فقرات التلخيص، وبين فقرات الأقوال المقتبسة من تصريحات الشخصية التي يجري معها الحديث الصحفي.

وتطورت هذه القوالب في بناء الحديث الإلكتروني لكي تتناسب مع الإمكانيات والخصائص المتميزة التي تتيحها البيئة الإلكترونية مثل (التفاعلية والنصوص الفائقة والوسائط المتعددة)، وأبرز هذه القوالب الجديدة: [1]

نمط المقاطع Section Technique:

يقسم الحوار إلى عدة مقاطع وكل مقطع يستغرق جزءاً مستقلاً من الحديث، وقد يشغل المقطع تطوراً زمنياً لمحور الحوار في الماضي أو الحاضر أو المستقبل أو يشغل جوانب رئيسية من القضية، ويتم التعامل مع كل مقطع كما لو أنه حواراً مستقلاً بحيث يكون له عنوان ومقدمة وجسم وخاتمة.

نمط القائمة The list Technique:

يتم فيه وضع قائمة أو ما يسمى أحياناً علبة المعلومات، وفي هذه العلبة يشار إلى معلومات إضافية أو معلومات شخصية أو أخبار مرتبطة بالحوار، وفي الحوارات التي تتم عبر البريد الإلكتروني فإنه يمكن وضع صورة أو أصوات إضافية في العلبة كما يتم وضع ردود الفعل من القراء أو المتخصصين (رجع الصدى) حول الحدث، وما أثاره من قضايا حول الشخصية وما أثارته من تعليقات وقد توضع قائمة مستقلة بالعناوين الفرعية بدلاً من وضعها داخل الحديث، كما يحدث في الحوار المطبوع ورقياً، وهذا يعكس تأثير الصحافة الإلكترونية.

نمط فورك FORK:

ويتم كتابة الحديث بهذه الطريقة:

---

[1]- الشعراوي، أحمد. تأثير منافسة وسائل الإعلام الإلكترونية في فن التحرير الصحفي: دراسة مسحية على عينة من الصحف المصرية والسورية، مرجع سابق، ص 210 – 212.

- **Focus**: أي النقطة المركزية وهي تعني أهم ما في الحوار، وغالباً ما تكوّن العناصر الواردة في العنوان، وقد يستعان في اختيار هذه النقطة المركزية المهمة بأسلوب حدّث صديقك.
- **Order**: ترتيب الإجمالي لمتن الحوار من ناحة الموضوعات الجزئية والسؤال والجواب والنصوص المقتبسة والعبارات التي يصفيها المحرر.
- **Repetition of keys**: إعادة المفردات الرئيسية وهي تعني تبسيط العبارات وتوضيح المصطلحات المهنية والفنية الواردة في الحوار والابتعاد عن المجازات.
- **Kiss off**: الإيجاز والتبسيط، يخدم الحوار الطويل والقصير معاً، وتستخدم هذه الوصلات باعتبارها وصلات من معلومة إلى معلومة.

نمط الدائرة Circle Technique:

يأخذ الحديث شكل الدائرة التي تكاد دوائرها تنفصل عن بعض وتتشابك في سلسلة متصلة أيضاً، كل جزء يصب في النقطة الأهم، حتى الخاتمة ترتد في خدمة الاستهلال.

وكما هو الحال بالنسبة للخبر الصحفي بأسلوب الدائرة فإن كل سؤال أو مجموعة من الأسئلة ترتكز وتعود إلى النقطة الرئيسية (المقدمة)، والتي يدور حولها الحديث بما فيها الخاتمة أيضاً.

أسلوب الصورة القلمية Profile:

يشبه عملية كتابة المقابلة بكتابة المقال، ويعني أن يضع المحاور مع محاوره بصورة ذاتية متداخلة تشبه مقال الرأي والانطباع، ولكن أقرب اسم يمكن أن يسمى به هذا الأسلوب من كتابة المقالات هو الصورة القلمية.

وفي بناء هذا النمط من الحوارات يتم التركيز على تقديم خلفية تاريخية عن الأشخاص والوقوف على فكرة جوهرية في الشخصية، والتوقف أمام: ثم لماذا؟

ويضم هذا القالب العناصر التالية (فكرة جديرة معتمدة على زاوية مركزية–أسلوب رشيق صحفي كل فقرة فيها شيء جديد–شخصية جذابة في حياتها لحظات مهمة ترتكز على زاوية واحدة أو أكثر).

أربع عشر: عناوين الحديث الإلكتروني ومقدماته وخواتيمه



يعتبر العنوان أول ما يلفت نظر قراء الحديث الإلكتروني فهو عامل مهم لتشجيع القارئ على الاستمرار بالقراءة.

وتنقسم عناوين الحديث الصحفي إلى العناوين الرئيسية التي تنشر على رأس الحديث، والعناوين الثانوية داخل متن الحديث، والعناوين الفرعية بين الفقرات.

وتتعدد أنواع عناوين الحديث الصحفي الإلكتروني وأبرز العناوين [1]

- **العنوان الانتقائي:** الذي ينتقي له الصحفي أهم معلومة أو رأي ليضعها فيه.
- **العنوان الاقتباسي:** هو عبارة عن أهم معلومة أو رأي ليضعها فيه.
- **العنوان الإيضاحي:** يتضمن عدداً من المعلومات والآراء التي وردت في سياق الحديث، وإذا كانت هناك أرقام فمن الأفضل أن يشتمل عليها.
- **العنوان الوصفي:** يصف الواقعة أو الحدث بناء على معلومات شهود العيان.
- **العنوان الاستفهامي:** سؤال جوابه عبارة عن أهم معلومة أو رأي في الحدث.
- **عنوان المفارقة:** يتضمن جملتين الثانية منهما نتيجة غير منطقية للأولى.

وتتعدد مقدمات الحديث الصحفي التي يجب أن تتناسب مع طبيعة الحديث الصحفي: [2]

- **مقدمة خبرية:** تركز على خبر مهم أو تصريح جديد مما جاء على لسان المتحدث معه.

---

[1]- اسماعيل، ابراهيم. الإعلام المعاصر - وسائله مهاراته تأثيراته أخلاقياته، مرجع سابق، ص 101.
[2]- علم الدين، محمود. التحقيق الصحفي، مرجع سابق، ص 159 – 160.

- **مقدمة تلخيصية:** تلخص أهم الأفكار كالحقائق والمعلومات أو وجهات النظر التي طرحها المتحدث معه.
- **مقدمة الوصف:** تعتمد على وصف الأشخاص المتحدث معهم من حيث سماتهم وخصائصهم الجسمية والنفسية ووصف مكان الحوار أو الجو النفسي للحوار أو وصف لتصرف أو سلوك غير متوقع.
- **مقدمة الحوار:** تعتمد على إبراز جزء مهم من الحوار الذي دار بين المتحدث معه والمحرر الصحفي.
- **المقدمة الاقتباسية:** تبدأ المقدمة بأقوال أو تصريحات مهمة مقتبسة بالنص كما وردت على لسان المتحدث معه.
- **المقدمة القنبلة:** عبارة عن جملة واحدة قصيرة وموجزة لكنها تباغت القارئ بما لم يكن يتوقعه أو ينتظره فتحدث تأثير القنبلة.
- **مقدمة التساؤل:** وهي تطرح الأفكار التي سيتناولها الحديث في شكل مجموعة تساؤلات بحيث يجيب جسم الحديث عن هذه الأسئلة.
- **مقدمة التباين أو التناقض:** تعتمد على إبراز التناقض بين الأمور أو الوقائع أو الحقائق أو التصريحات أو المعلومات.

ويعتقد بعض الباحثين أن الحديث الصحفي قد لا يحتاج إلى خاتمة إذ "ينتهي بإجابة المتحدث عن السؤال الأخير" [1] كما يشير آخرون إلى وجود نوعين من الخاتمة:[2]

- **نهاية الخلاصة:** يحشد الصحفي أهم ما ذكره المتحدث بهدف مساعدة القارئ على أن يبقى مستوعباً في ذاكرته أهم ما ورد في الحديث.
- **نهاية الشكر:** عبارة عن كلمات شكر وإطراء للمصدر لتفضله بالإدلاء بالحديث.

---

[1]- نصر، حسني. عبد الرحمن، سناء. الفن الصحفي في عصر المعلومات تحرير وكتابة التحقيقات والأحاديث الصحفية، مرجع سابق، ص 341.

[2]- اسماعيل، ابراهيم، الإعلام المعاصر– وسائله مهاراته تأثيراته أخلاقياته، مرجع سابق، ص 103

الخلاصة:

تتناول الوحدة التحقيق والحديث الإلكترونيين حيث تسعى المواقع الإعلامية لإغناء صفحاتها بهما لما يشكلان من تحدٍّ مهني، بعدما باتت شبكة الإنترنت توفر سلسلة من الخدمات القيّمة لإنجاز التحقيقات والأحاديث.

تبدأ الوحدة في جزئها الأول بتعريف التحقيق الإلكتروني وسماته ووظائفه وتصنيفه وفقاً لوظيفته وأهدافه ومراحل إنجازه الأساسية، وتتطرق إلى مزايا شبكة الإنترنت كوسيلة إضافية لصحفيي التحقيقات الإلكترونية لجمع أشكال كثيرة من المعلومات، ومراحل كتابة التحقيق وأساليب صياغته وقوالب بنائه وفق أساليب جديدة لإشباع رغبة القراء والحصول رجع صدى مباشر.

وتنتقل الوحدة إلى تحرير عناوين التحقيق ومقدماته وخواتيمه، وصفات صحفيي التحقيقات الإلكترونية.

وفي الجزء الثاني تناولنا تعريف الحديث الإلكتروني وأنواعه، والشروط الأساسية في اختيار الشخصية المحاورة، وقواعد إعداد الأسئلة وأشكال توجيهها.

وتتطرق الوحدة إلى بعض التقنيات المفيدة في إنجاز الحديث الصحفي، وقوالب بنائه المناسبة مع خصائص البيئة الإلكترونية، وطرق تحرير عناوين الحديث الإلكتروني ومقدماته وخواتيمه.

المراجع:

1. اسماعيل، ابراهيم. (2014). الإعلام المعاصر –وسائله مهاراته تأثيراته أخلاقياته. (ط.1). الدوحة: وزارة الثقافة والفنون والتراث.
2. شرف، عبد العزيز. (2000). الأساليب الفنية في التحرير الصحفي. (ط.1). القاهرة: دار قباء.
3. عبد العزيز، مجدي. صديق، رامي. (2016). التحرير الصحفي علم ومهارة وفن. القاهرة: المعهد الدولي العالمي للإعلام، استرجع بتاريخ 15-7-2017 من: www.shorouknet.com/pdf/karsat/4.pdf
4. علم الدين، محمود. (2010). الصحافة الاستقصائية كشكل من أشكال التغطية الصحفية التفسيرية والاستقصائية، في ضوابط التحقيقات الصحفية الأمنية. (ط.1). الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
5. أبو زيد، فاروق. (1990). فن الكتابة الصحفية. (ط.4). القاهرة: عالم الكتب.
6. شلهوب، عبد الملك. (2004). التحقيق الصحفي أسسه أساليبه اتجاهاته الحديثة. (ط.1). القاهرة: مكتبة الملك فهد الوطنية.

7. البخاري، أحمد. الأمين، أحمد. (2010). الصحافة الاستقصائية–دورات تكوينية لصالح الصحفيين–نقابة الصحفيين الموريتانيين، استرجع بتاريخ 29-6-2017 من: https://www.aswat.com/files/Investigative%20Journalism-%20AR.pdf
8. نصر، حسني. عبد الرحمن، سناء. (2005). الفن الصحفي في عصر المعلومات: تحرير وكتابة التحقيقات والأحاديث الصحفية. العين: دار الكتاب الجامعي.
9. الشعراوي، أحمد. تأثير منافسة وسائل الإعلام الإلكترونية في فن التحرير الصحفي: دراسة مسحية على عينة من الصحف المصرية والسورية.

10. Reporting and editing .*Retrieved 2-7-2017. Available:download.nos.org/srsec335new/ch7.pdf*
11. Bauer, David. (2005). Investigative Journalisms a Means of Resistance: A Linguistic Analysis. Retrieved 8-7-2017. Available: https://www.davidbauer.ch/wp-content/uploads/2008/01/investigative_journalism.pdf
12. What is investigative journalism? Retrieved 1-7-1017.Available: *sand-kas-ten.org/ijm/Chapter_1.pdf*
13. Knight, Alan. Online Investigative Journalism.p.8. Retrieved 17-7--2017. Available: ejournalist.com.au/v1n1/inv.pdf
14. Forbes, Derek. (2005). A watchdog's guide to investigative reporting – A simple introduction to principles and practice in investigative reporting. (1st .ed). Johannesburg: the Konrad Adenauer Stiftung Media Programme.
15. Hunter, Mark. (2011).Story-Based Inquiry: A Manual for Investigative Journalists. France: UNESCO Publishing.
16. Selva, Interviewing Techniques for Journalists. p.2-6. Retrieved 10-7-2017.Available: *mpi.my/wp/wp.../T-Selva-Interview-techniques-for-journalists.pdf*

التمارين:

أجب عن الأسئلة التالية:

1. ما العناصر الثلاثة الأساسية في التحقيق الصحفي حسب روبرت كرين؟
2. اشرح أنواع التحقيق الإلكتروني.
3. تحدث عن دور شبكة الإنترنت بالنسبة لصحفيي التحقيقات الإلكترونية.
4. عدد بعض التقنيات المفيدة في إنجاز الحديث الصحفي.
5. تحدث عن قالب نمط القائمة في تحرير الحديث الإلكتروني.

ضع إشارة (صح√ أو خطأ X) أمام العبارات الآتية:

1. تحقيق التوقع يشبه التحقيق الذي تجريه الشرطة في كشف الجرائم الغامضة. صح
2. قالب المقاطع يناسب هذا القالب التحقيقات الطويلة والمركبة والمعمقة والقصص المفصلة. صح
3. حديث الخبر أو الحقائق يهتم بالحصول على آراء ذوي الخبرة والاختصاص. خطأ
4. أسلوب الصورة القلمية يعني أن يضع المحاور مع محاوره بصورة ذاتية متداخلة تشبه مقال الرأي والانطباع. صح

ضع خطاً تحت الإجابة الصحيحة:

1. يستهدف التحقيق التفسيري **(نشر الحقائق والمعلومات /<u>شرح الأحداث وتحليلها</u>)**.
2. طريقة الوصل في الحديث الصحفي تعني أن يستعيض الصحفي عن السؤال **(<u>بعبارات أخرى</u> / بوضع نقاط تليها الإجابات)**.

الوحدة التعليمية العاشرة

كتابة مواد الرّأي الإلكترونيّة

الوحدة العاشرة: كتابة مواد الرأي الإلكترونية

- مقدمة
- تعريف مواد الرأي الإلكترونية
- وظائف مواد الرأي الإلكترونية
- مراحل كتابة مواد الرأي الإلكترونية
- كتّاب مواد الرأي الإلكترونية
- أبرز أنواع مواد الرأي الإلكترونية
  - المقال الافتتاحي الإلكتروني
  - مقال التعليق الإلكتروني
  - مقال العمود الإلكتروني
  - المقال التحليل الإلكتروني
- قراء مواد الرأي الإلكترونية

الأهداف التعليمية:

بعد دارسة هذه الوحدة التعليمية يجب أن يكون الطالب قادرا على أن:

1. تعريف مواد الرأي الإلكترونية
2. يعدد وظائف مواد الرأي الإلكترونية
3. يبين مراحل كتابة مواد الرأي الإلكترونية
4. يعرف سمات كتّاب مواد الرأي الإلكترونية
5. يتعلم أبرز أنواع مواد الرأي الإلكترونية
6. يعرف من هم قراء مواد الرأي الإلكترونية

أولاً: مقدّمة

تسعى المواقع الإعلامية والصحف الإلكترونية إلى التميز بمواد الرأي التي تنشرها عبر جذب النخبة من الكتاب ذوي الخبرة والكفاءة المرتفعة، والاهتمام بالتعبير عن رأي الموقع أو الصحيفة وكتّابها في مختلف الوقائع، والتعليق على الأخبار والأحداث وتقديم تفسيرات وتحليلات متعمقة لقضايا معينة.

وترافق نقل مواد الرأي إلى شبكة الإنترنت مع "إدخال مساحة لتعليقات القراء توفر إمكانات متنوعة وأصيلة، بالإضافة إلى الآثار المشتركة للاستجابة الفورية والمساحة غير المحدودة والحد الأدنى من الرقابة، ما يتيح فرصة للمواطنين للمشاركة في المداولات العامة، وربط مباشر بين صوت الصحيفة وأصوات المواطنين، وبالتالي الجمع بين الصوت المؤسسي وصوت العامة". [1]

واستفاد محررو وكتّاب مواد الرأي في الصحف والمواقع الإلكترونية ليس فقط من إلغاء القيود المتعلقة بحجم المقال، بل من توظيف تكنولوجيا النص الفائق ومزايا التفاعلية والوسائط المتعددة التي حولت بمجملها مادة الرأي إلى حوار متبادل وممتد بين الكاتب والجمهور، والانتقال به إلى ميادين أخرى في عالم الإنترنت.

---

[1] - Manosevitch, Edith. Walker, Dana. (2009). **Reader Comments to Online Opinion Journalism: A Space of Public Deliberation**. Paper Prepared for Presentation at the 10th International Symposium on Online Journalism, Austin, TX, April 17-18, 2009, p.6.

ثانياً: تعريف مواد الرأي الإلكترونية



تتجسد مواد الرأي الإلكترونية بالمقالات الصحفية التي تعرّف بأنها: "الأداة الصحفية التي تعبر بشكل مباشر عن سياسة الصحيفة وعن آراء بعض كتابها في الأحداث اليومية والجارية، وفي القضايا التي تشغل الرأي العام المحلي والدولي، ويقوم المقال بشرح وتفسير الأحداث الجارية والتعليق عليها بما يكشف أبعادها ودلالاتها المختلفة.[2]

كما تعرف مواد الرأي بأنها "وسيلة فعالة وغير مكلفة لزيادة الوعي العام حول قضية معينة".[3]

وأيضاً "مقال ينشر للتعبير عن موقف بشأن قضية معينة، ومقال مقنع يقدم حلاً لمشكلة". [4]

ويتطلب من مواد الرأي أن تكون "فاتحة للشهية ومُطوّرة من وقت لآخر للحفاظ على اهتمام القارئ، بالإضافة إلى الكتابة ". [5]

ويجب أن تحقق مواد الرأي الشروط الآتية لتحظى بالنشر في المواقع الإلكترونية: [6]

1. **جذب الانتباه الكامل**: ليس هناك أكثر من 10 ثوانٍ لجذب القراء لذلك وضع الفكرة الرئيسية الخاصة في المقدمة.
2. **حدود الكلمات**: التحقق من صفحات الرأي على الإنترنت لمعرفة القواعد الارشادية لحدود الكلمات.
3. **جذب القراء**: الفقرة الأولى وحتى الجملة الأولى ينبغي أن تلفت انتباه القارئ.

---

[2] - كنعان، علي. الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، مرجع سابق، ص 96-97.
[3] - **Writing an Opinion Editorial**. Retrieved 17-7-2917. Available: www.theoec.org/sites/default/files/HowTo_WritingOpEd_09.pdf
[4] - Acton. Jeanne. **Editing Writing**. Retrieved 11-7-2017. Available: www.uiltexas.org/files/academics/aplus/editorial-writing-tips.pdf
[5] - Ukonu, Michael. **News Editing and Design** Op. Cit. p. 61.
[6] - **How to Write a Newspaper Op-Ed**. Retrieved 12-7-2017. Available: http://cqrcengage.com/napa/file/dO8MccXFS0F/How%20to%20Write%20a%20Newspaper%20Op-Ed.pdf .

4. **صنع مقدمة جيدةً**: بحيث تكون واضحة ومقنعة.
5. **استخدام جمل قصيرة لفقرات**: تأكد من وجود مسافة بين كل فقرة، وتجنب الجمل المعقدة.
6. **تجنب المصطلحات والمختصرات**: باستخدام لغة بسيطة تضمن أن جميع القراء حتى غير الخبراء يمكنهم فهم وجهة نظر الكاتب، وعدم استخدام الاختصارات أو الإغراق في التفاصيل غير الدقيقة.
7. **إخبار القراء لماذا يجب أن يهتموا**: ضع نفسك في مكان شخص مشغول يقرأ قصتك واطرح على نفسك: ثم ماذا؟ مَن يهتم؟
8. **استخدام الفعل المبني للمعلوم**: أفضل من المجهول وأسهل للقراءة، لا تترك شكاً فيما يتعلق بمن يتحدث.
9. **جعل الموضوع أحياناً ذات هوية ذاتية**: الرسوم التوضيحية والحكايات والقصص الشخصية تساعد على شرح وتقديم قضايا معقدة للحياة.
10. **تقديم توصيات محددة**: توظيف مقال الرأي في كيفية تحسين الأمور.
11. **الختام بقوة**: الفقرة الأخيرة لا تقل أهمية عن فقرة الافتتاحية لمقال الرأي، تأكد من تلخيص الحجة في فقرة واحدة قوية.
12. **تقييم معلومات الاتصال الخاصة بالكاتب**: كإدراج اسم الكاتب والعنوان ورقم الهاتف والبريد الإلكتروني.
13. **إرسال المقال بالبريد الإلكتروني**: كقاعدة عامة، ونسخ ولصق النص الخاص في جسم رسالة البريد إلكتروني، وعدم إرسال المقال كمرفق، وتعليمات تقديم مقال الرأي عادة على صفحة الرأي في الموقع الإلكتروني.
14. **المتابعة:** متابعة الكاتب لمقال الرأي الخاص به عبر البريد الإلكتروني أو مكالمة هاتفية للتأكد عما إذا وردت مقالته والاستفسار عن حالتها.

ثالثاً: وظائف مواد الرأي الإلكترونية

يتفق خبراء الصحافة على تحديد الوظائف الآتية لمقالات الرأي: [7]

1. **وظيفة تعبيرية**: لا تقتصر الوظيفة التعبيرية على التفاعل مع الوقائع فقط، ولكنها تشمل أيضا التفاعل مع المواقف والآراء وأحاسيس الآخرين، فهي مجال لتفاعل الذات مع بقية الذوات، لماذا نختلف عند التعبير على أحاسيسنا وتحاليلنا؟ لماذا نفهم الوقائع بطرق مختلفة ومتناقضة أحياناً؟
2. **وظيفة إقناعية**: على كاتب مقال الرأي أن يوظّف مختلف أدوات الإقناع ويعرض الحجج الكافية لدعم رأيه، فمقال الرأي ليس مجال عرض الآراء ولكنه عملية إقناع الغير بمدى سلامة هذه الآراء.
3. **وظيفة تفسيرية**: يسعى الكاتب إلى شرح الأحداث للقارئ ليساعده على تجاوز ظواهر الأشياء عن طريق مفاتيح معرفية، فالكاتب حريص على الرجوع إلى التاريخ لإضاءة الحاضر بالماضي أو الاعتماد على المعارف الاجتماعية الأخرى مثل الاقتصاد والاجتماع والسياسة.
4. **وظيفة توقّعية:** ما هو مصيرنا كيف سيكون مستقبلنا؟، وهل يمكن رسم معالم الزمن القادم على ضوء المعرفة المتوفرة حول الحاضر والماضي؟، وما هي نتائج قرارات اليوم على مدى متوسط أو بعيد؟
5. **وظيفة دعائية:** يتبنى الكتاب بصفة علنيّة ومباشرة أو بصفة ضمنية وغير واعية أحياناً رؤى فكرية تجعل مواقفهم قريبة أو مساندة للأطراف الفاعلة في الحياة العامة مثل السلطة أو الأحزاب والجمعيات ويتدخّلون عبر مقالات الرأي في الشأن العام مدافعين عن شخصية سياسية أو مناهضين لمشروع قانون أو مساندين لبرنامج حكومي أو مدافعين عن موقف جهة معارضة، فهم طرف مباشر في صياغة المواقف العلنية وهم حلقة من حلقات تشكّل الرأي العام.
6. **وظيفة تمرير القيم**: القيم الاجتماعية حاضرة بصفة بارزة أو خفية في كل المواضيع التي تتناولها مقالات الرأي، وهناك قيم محل وفاق عام ولكن تجسيمها في الأفعال والأقوال يخضع إلى الاجتهاد الذي يفتح باب التنوع والاختلاف والتصادم أحياناً.

وهناك قيم متناقضة يتمسك بها البعض ويرفضها البعض الآخر، ويصعب التمييز بين مجال الأفكار ومجال القيم لما بينهما من ترابط وتداخل، وتلعب مقالات الرأي دوراً رئيسياً في التذكير بالقيم وترسيخها كما تكون مساحة عرض القيم الناشئة أو البديلة قصد غرسها وترويجها.

---

[7] - بن بلقاسم، حبيب. **أنماط الكتابة الصحفية**. ص 27 – 28. استرجع بتاريخ 18-7-2017 من:

fac.ksu.edu.sa/sites/default/files/drs_fn_lktb_llmy_mlkhs_ltlb.doc

رابعاً: مراحل كتابة مواد الرأي الإلكترونية

تمر مادة أو مقال الرأي بمرحلتين أساسيتين حتى تصل إلى شكلها النهائي في المواقع الإلكترونية وهما مرحلة التخطيط والكتابة: [8]



أولاً: مرحلة التخطيط لتحرير مقال الرأي الإلكتروني:

وتشمل هذه المرحلة ما يلي:

1. قرر ما القضية التي ستكتب عنها وحددها بوضوح.
2. ضع في اعتبارك مَن الجمهور المستهدف.
3. اطرح مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات التي يمكنك استخدامها للحصول على دعم القارئ لوجهة نظرك بالقضية، وقد تتضمن الاعتراف بوجهة نظر القارئ الحالية، وإدراج الفوائد من وجهة نظر تروج لها، وتوفير الأدلة الموثوق بها، واستخدام المنطق السليم.
4. تطوير الحجج المنطقية والأخلاقية، وتجنب الخطاب العاطفي البحت.
5. إجراء البحوث اللازمة لجمع المعلومات عن الجمهور الذي تكتبه له، وجمع الأدلة والأمثلة
6. وضع مخطط للتتبع قبل البدء في الكتابة.



ثانياً: مرحلة كتابة مقال الرأي الإلكتروني:

وتشمل هذه المرحلة على ما يلي:

1. اتبع نمط وأسلوب الكتابة التحريرية.
2. في معظم مقالات الرأي يتم إعطاء رأي الكاتب بالقرب من البداية، تليها دعم الأدلة والمنطق (النهج المباشر).
3. صوت الجمع (نحن، لدينا) هي الأكثر شيوعاً في الكتابة التحريرية ومناسبة في تأسيس مصداقية الكاتب.
4. يجب أن تكون الجمل قصيرة ودقيقة ومنظمة تنظيماً جيداً.
5. وضع تمهيد قوي لالتقاط انتباه القارئ وبيان الرأي الخاص به.
6. استخدام تسلسل منطقي لتقديم الحجج الخاصة بك، واستنتاج فعال لزيادة التأثير على القارئ.

---

(8) - **Writing an Editorial**. Retrieved 20-7-2017. Available: https://www.edu.gov.mb.ca/k12/cur/socstud/frame...sr2/.../tn-26.pdf

وهناك مجموعة من النصائح في تحرير مادة الرأي الإلكترونية: [9]

- **الفقرة الأولى:** الفقرة الأولى يجب أن تلتقط عين القارئ، يجب أن تشير إلى أن الموضوع الخاص بك مثير للاهتمام، وأن لديك شيء لترويه، يجب أن يكون نموذجك للفكرة الافتتاحية بقصة قصيرة جيدة، وليس بداية مقال أكاديمي، واربط فكرتك مع أخبار اليوم كلما استطعت.
- **الهيكل / البناء:** يجب أن يكون لدى القارئ فكرة عامة إلى أين أنت ذاهب (لكنك لا تحتاج إلى خارطة طريق في البداية).
- **الفكاهة:** كتابة مواد الرأي نصفها فكاهة ونصفها إعلام، ويجب استخدام كلمة جاذبة أو منعطف ذكي من العبارة للحفاظ على القارئ واستيعاب حجتك.
- **الإفصاح:** إذا كان لديك مصلحة شخصية، فإنه ينبغي الكشف عنها.
- **الطول:** كن موجزاً، تعتبر 700 كلمة جيدة لطول مادة الرأي و500 كلمة أفضل.
- **معلومات عن الكاتب:** يجب أن تنتهي مقالك مع وصف جملة واحدة من أنت، عادة ما تكون بذكر موقع الويب الخاص بك أو عنوان بريدك الإلكتروني.

خامساً: كتاب مواد الرأي الإلكترونية

ليس من الضروري أن يكون كتاب مواد الرأي في المواقع الإلكترونية من الكادر التحريري، ففي كثير من الأحيان هم "الناس الذين لديهم معرفة متخصصة بشأن مسألة معينة، آراؤهم تحظى بتقدير كبير أو وجهات نظرهم تثير الاهتمام بما فيه الكفاية للنشر ." [10]

ويتنوع كتاب مقالات الرأي بين: [11]

1. **محررو الصحيفة:** العاملون في الصحيفة ومتفرغون لها، وعادة ما يتم اختيار كاتب المقال الافتتاحي من بينهم.
2. **من غير محرري الصحيفة:**

---

[9] - Leigh, Andrew. **Few Tips for Opinion Piece Writers**. Retrieved 12-7-2017. Available: andrewleigh.org/pdf/oped_tips.pdf

[10] - **Writing for Media – Opinion and Commentary Pieces**. P.1. Retrieved 19-7-2017. Available: http://www.ipsnews.net/publications/writingformediaopinionandcommentarypieces.pdf

[11] - اسماعيل، ابراهيم. الإعلام المعاصر – وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته، مرجع سابق، ص 108-109.

وينقسمون إلى:

- **متخصصون**: الخبراء والأساتذة الذين يكتبون في موضوعات معينة تدخل في نطاق تخصصهم العلمي.
- **مسؤولون**: يتولون مناصب معينة في الدولة أو في المنظمات الشعبية والرسمية محلية كانت أو إقليمية أو عالمية.
- **متخصصون مسؤولون**: يجمع الكاتب منهم بين كون الموضوع في نطاق مسؤولياته وكونه مجال تخصصه وخبراته.

سادساً: أبرز أنواع مواد الرأي الإلكترونية

تنتمي مواد الرأي إلى النوع الفكري أو التأملي أو الدعائي الذي يشمل على وجه التحديد المقال الافتتاحي ومقال التعليق ومقال العمود والمقال التحليلي، وهذا النوع "لا يتعامل مع الواقع بغرض نقله أو التبليغ عنه، لذا لا يحصر نفسه في وصف ما جرى وحدث، بل يسعى إلى إبراز الموقف أو تقديم وجهة النظر منه". [12]



المقال الافتتاحي الإلكتروني:

تعريف المقال الافتتاحي الإلكتروني:

يعرّف المقال الافتتاحي أو الافتتاحية بأنها "الكلمة اليومية أو الأسبوعية التي تعبر عن رأي الصحيفة في موضوع معين، وقد ترى الصحيفة أنه أهم حدث إخباري". [13]

وعادة ما يحرر المقال الافتتاحي الإلكتروني رئيس تحرير الصحيفة أو الموقع الإلكتروني واضعاً في اعتباره السياسة التحريرية والتحدث بلسان الموقع دون تذييل المقال باسمه.

---

[12] - لعياضي، نصر الدين. **الأنواع الصحفية في الصحافة الإلكترونية: نشأة مستأنفة أم قطيعة.** ص 4. استرجع بتاريخ 13-4-2017 من: http://site.iugaza.edu.ps/jdalou/files/2012/03/%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D9%81%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9.pdf

[13]- حداد. نبيل. (2002). **في الكتابة الصحفية السمات المهارات الأشكال القضايا**. عمان: دار الكندي، ص 22.

وتتنوع العناوين الثابتة للمقال الافتتاحي في الصحيفة الإلكترونية سواء لها أصل مطبوع أم لا مثل **كلمة** (اسم الصحيفة أو الموقع الإلكتروني) أو **رأي** (اسم الصحيفة أو الموقع الإلكتروني)،... إلخ.

عناصر المقال الافتتاحي الإلكتروني:

وتتضمن عناصر المقال الافتتاحي ما يلي:[14]

1. عنصر التقديم أو الفكرة المثيرة لاهتمام القارئ.
2. عنصر الحقائق والشواهد المؤيدة للفكرة.
3. عنصر النتيجة أو الخلاصة التي يخرج بها القارئ.

كتابة المقال الافتتاحي الإلكتروني:

يتكون المقال الافتتاحي في الصحيفة الإلكترونية بالإضافة إلى العنوان من ثلاثة أجزاء:[15]

1- **المقدمة**: تحتوي على مدخل يثير الانتباه إلى أهمية الخبر أو القضية أو المشكلة أو الفكرة التي يدور حولها المقال.

2- **الجسم:** يحتوي على المادة الجوهرية في المقال وعلى البيانات والمعلومات والحقائق الكافية، وكذلك الأدلة والحجج والأسانيد التي تؤيد وجهة نظر كاتب المقال، والخلفية التاريخية للموضوع، بالإضافة إلى أبعاد الموضوع ودلالاته السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو الفكرية.

3- **الخاتمة**: أهم أجزاء المقال الافتتاحي فعليها يتوقف مدى اقتناع القارئ أو عدم اقتناعه بسياسة الصحيفة وتضم خلاصة الآراء والأفكار التي تصل إليها الصحيفة في موضوع المقال، ودعوة القارئ للمشاركة في إيجاد الحلول لقضية أو المشكلة المطروحة أو تعبئته لتحقيق هدف معين أو لتنفيذ خطة معينة، ودعوة القارئ إلى اتخاذ موقف معين تجاه موضوع معين.

مقال التعليق الإلكتروني:

يعرف مقال التعليق بأنه "نوع صحفي فكري مستقل ومتميز يتضمن رأيا واضحاً وصريحاً ومحدداً إزاء حدث أو قضية أو ظاهرة في مختلف المجالات وعلى جميع الأصعدة، كما يحتوي مسار برهنة يتضمن سلسلة من الأدلة والبراهين والشواهد التي تؤكد صحة هذا الرأي بشكل منطقي مقنع ومتماسك، ويتوجه

[14]- حمزة، عبد اللطيف. المدخل في فن التحرير الصحفي، مرجع سابق، ص 291.

[15]- أبو زيد، فاروق. فن الكتابة الصحفية، مرجع سابق، ص 186-187-188.

التعليق أساساً إلى ذهن القارئ النوعي بهدف إقناعه بصحة رأي الكاتب، ويساهم تراكمياً في تكوين النسق الفكري للقارئ". [16]

ويعرف أيضاً بأنه: "نوع إعلامي مركزي، يتتبع الحدث عن كثب ويعمد بلا إبطاء إلى تأويله وتفسيره وتحليله وطرح الآراء والمواقف حول ملابساته". [17]

ويتيح التعليق تفسير الأحداث الساخنة والهامة التي يكتنفها بعض الغموض أو الشكوك أو التعقيد بشكل منطقي دون إسهاب بالإضافة تقديم الخلفيات والتفاصيل والتعليق عليها وإبداء الرأي حولها، وعادة ما يكتبه محرر في الموقع أو الصحيفة الإلكترونية أو كاتب متخصص.

يتكون مقال التعليق في الصحيفة الإلكترونية بالإضافة إلى العنوان من ثلاثة أجزاء:[18]

1. **المقدمة**: تتضمن الإشارة السريعة والمختصرة إلى الحدث أو الواقعة أو العنصر الإخباري في الحدث الذي سيقدم التعليق رأياً حوله.
2. **الجسم**: تقديم الرأي الواضح والمحدد والصريح، وتقديم البراهين والأدلة التي تؤكد صحة الرأي.
3. **الخاتمة**: النتيجة النهائية لمسار البرهنة، لذا يجب أن تكون مستخلصة من عملية البرهان وأن تكون موجزة وواضحة ومنطقية.

ويستفيد كتاب مقال التعليق الإلكتروني من ميزة النص الفائق لكلمات معينة قد تحيل القارئ إلى الحدث الذي يعلق عليه الكاتب أو بعض التفاصيل والخلفيات الذي استند عليها، وكذلك تفاعل القراء عبر ميزة التعليق على المقال المنشور أو مراسلة الكاتب عبر البريد الإلكتروني أو إرسال المقال للأصدقاء أو مشاركته على الصفحات الشخصية لوسائل الإعلام الاجتماعية.

مقال العمود الإلكتروني:



يعرف مقال العمود بأنه "فكرة أو رأي أو اقتراح حل لمشكلة"[19] كما يشير باحثون إلى أنه يمكن تعريف العمود بالإشارة إلى خصائصه من حيث: [20]

- **الاعتناء باللغة**: بما في ذلك اختيار الكلمة، زمن الفعل، اللهجة والمجازات.

---

[16] - خضور، أديب. (2007). **مدخل الى فن التحرير الصحفي**. دمشق: منشورات جامعة دمشق، ص203.
[17] - مهنا، فريال. (2004). **نحو بلاغة إعلامية معاصرة**-الجزء الأول. دمشق: منشورات جامعة دمشق، ص 158.
(-)خضور، أديب. مدخل الى فن التحرير الصحفي، مرجع سابق، ص 212-214.
[19] - حداد، نبيل، في الكتابة الصحفية السمات المهارات الأشكال، مرجع سابق، ص 219.
[20] - **Opinion Columns**. P.1. Retrieved 11-7-2017. Available: *blog.canacad.ac.jp/wpmu/kiaora/files/2014/.../Opinion-Columns.pdf*

- **القيم الإخبارية**: هل العمود ذو الصلة بوقته؟ ما الذي يجعله مفيداً؟
- **دعوة إلى العمل:** دعوة القارئ إلى المشاركة أو الاهتمام بالقضية.
- **الفكاهة**: تساعد القراء على رؤية الموضوع من خلال منظور ممتع.
- **الحقائق الأصلية**: هو جانب من القيم الإخبارية ويعطي مصداقية للعمود.
- **الشعارات**: مناشدة المنطق سيساعد على إقناع القراء.

ويصنف توماس بيري أساليب كتابة العمود الصحفي والتي يمكن تلخيصها بالتالي: [21]

1. **الأسلوب الموحد:** يستخدمه كاتب العمود السياسي والرياضي الذي يناقش موضوعاً واحداً كل يوم.
2. **الأسلوب التندري:** وهو الأسلوب الذي يستخدمه الكاتب الذي يريد أن يروي سلسلة من القصص غير المترابطة أو أن يدلي بعدة ملاحظات غير مترابطة.
3. **الأسلوب التجزيئي**: عندما تكون بحوزة كاتب العمود مواد يمكن تجزئتها بسهولة إلى أقسام فإنه غالباً ما يستخدم أسلوب التجزئة، ويتمتع العمود الذي يتبع هذا الأسلوب بشعبية كبرى بين القراء.
4. **أسلوب الوقائع المتقطعة**: عندما يكون الهدف تقديم كتلة من الوقائع أو الحقائق القليلة أو المعدومة الصلة ببعضها، فإن هذا الأسلوب يكون على وجه العموم المعالجة الأفضل لمواد العمود لأنه يمكن أن يقدم وقائع العمود دون أي نظام ظاهر، فيكتفي بتفرقة الوقائع بنقطة أو أكثر حسب الوصف المطلوب.
5. **أسلوب السؤال والجواب**: كاتب العمود يطرح سؤالاً فيجيب عليه وهذا الأسلوب يستخدم في جميع الأعمدة المخصصة للإجابة على اسئلة القراء.

وينشر مقال العمود في الصحافة الورقية بشكل منتظم في عمود أو جزء من عمود ويظهر في مكان واحد وقد يحمل عنوان ثابت وعنوان متحرك يتغير بتغير موضوع العمود، وحينما انتقل هذا الفن إلى الصحف والمواقع الإلكترونية سارعت الكثير من المواقع إلى إبراز كتابها في الصحيفة الورقية في حال وجود أصل ورقي بالإضافة إلى التعاقد مع كتاب محليين أو من خارج البلاد وجذب الأدباء والمتخصصين من مختلف أرجاء العالم.

وتخصص الصحف الإلكترونية والموقع الإلكترونية إلى تخصيص أيقونات معينة في صفحاته الرئيسية لمقالات كتابها تحت عناوين متعددة مثل (زوايا) (أعمدة) (اتجاهات) (آراء)... الخ.

---

[21] -بيري، توماس. (1964). **الصحافة اليوم تطورها وتطبيقاتها العملية**. (مروان الجابري، مترجم). (ط.1). بيروت: مؤسسة بدران، ص 328.

كتابة مقال العمود الإلكتروني

يتيح العمود الصحفي "حرية الكتابة في مجموعة واسعة من المواضيع والتعبير عن آراء الكتاب وإتاحة الفرص في أنماط الكتابة الجديدة" [22]

ويتكون مقال العمود الإلكتروني بالإضافة إلى العنوان من ثلاثة أجزاء وهي: [23]

1. **المقدمة**: تشمل مدخلاً أو زاوية أو خبر من الاخبار وحدث من الأحداث الجارية، فكرة أو خاطرة أو لمحة أو انطباع يرى الكاتب أنه يحتاج إلى شرح وتوضيح أو تفسير أو تعليق أو إلى استخلاص العبر، قضية أو مشكلة تمس مصالح القراء، حكمة مأثورة أو مثل شعبي معروف أو قول لمفكر أو كاتب أو فيلسوف.
2. **الجسم**: الأدلة أو الشواهد أو الحجج، تفاصيل الحدث أو الصورة الحيلة أو القصة أو المشكلة أو القضية، إجابة الكاتب على سؤال القارئ عندما يكون العمود عبارة عن سؤال من القارئ وإجابة من الكاتب.
3. **الخاتمة**: خلاصة رأي الكاتب، عبرة أو موعظة أو حكمة، نصيحة.

وهناك مجموعة من النصائح لكتابة العمود في المواقع الإلكترونية: [24]

1. ما هو الموضوع المتحمس له؟ وأي موضوع لديك خلفية قوية فيه؟ هل لديك اتصالات كافية يمكنك الاعتماد عليها؟
2. عليك أن تقنع القارئ بأنك لست الوحيد الذي تعرف ما تتحدث عنه ولكنك الخبير في موضوعاتك، الكتابة يجب أن تكون خاصة بك، في الأسلوب واللهجة.
3. اقرأ التعليقات التي يمكن أن تجدها، ولا تقصر بحثك على صفحات القصص الخفيفة ومواد الرأي، تفحص المجلات والأعمدة الإلكترونية واستمع إلى الراديو، ثم اقرأ عملك بصوت عال، ستحصل قريباً على الإيقاع وتشعر بالكتابة الخاصة بك، إنها الموسيقى إلى أذنيك.
4. وظف الموجهين الموثوقين لنقد عينة من الأعمدة، واستمع إلى جميع الأفكار البناءة من أصدقائك وزملائك.
5. تابع مكالماتك الهاتفية والبريد الإلكتروني وكن مثابراً.

---

[22] - Wallace, David. (2016). **How To Write A Column**. British College of Journalism, p.3. Retrieved 12-7-2017.Available: *britishcollegeofjournalism.com/wp-content/.../07/Column-2017.pdf*

[23] -أبو زيد، فاروق.فن الكتابة الصحفية، مرجع سابق، ص 196 – 197-198.

[24] - Bartimus, Tad. **10 Tips for Launching a Newspaper Column**.http://www.writersdigest.com/wp-content/uploads/10-Tips-for-Launching-a-Newspaper-Column.pdf

6. آمن بمقالتك الخاصة بها وبقدراتك، لا تُحبط في حال رفضك، اطلب التفاصيل حول رفض عمودك.
7. أنشئ موقعاً على شبكة الانترنت مع عينة من الأعمدة الخاص بك وضع السيرة الذاتية، وصورة جذابة.
8. ادع المؤيدين لتعميم عمود الصحفي.
9. استمتع في كتابة العمود وحافظ على المنظور الخاص فيك.

وتساهم شبكة الإنترنت تعزيز التواصل بين كتاب الأعمدة (سواء كانوا من كادر الصحيفة أو من خارجها) والجمهور القارئ بالتعليق على المادة ومناقشتها مع الكاتب وباقي القراء سواء بتدوين تعليق أسفل العمود الإلكتروني أو بمراسلة الكاتب بعدة وسائل، إما عبر بريده الالكتروني أو متابعته على مواقع وسائل الإعلام الاجتماعية ومشاركته المقال ما يتيح نشره بين جمهور أوسع.

وتتميز بعض المواقع والصحف الإلكترونية بإرفاق صور فوتوغرافية لكتابها مع الأعمدة المنشورة وتاريخ نشر العمود، بالإضافة إلى نبذة تعريفية سريعة لكل كاتب من كتابها، كما تتيح بعض المواقع البحث الإلكتروني في اسم الكاتب للعثور على مقالاته في أي وقت، أو نشر المقالات السابقة للكاتب أسفل مقاله الأخير بذكر مثلاً (اقرأ المزيد من مقالات سابقة) فما أن ينقر القارئ على أي عنوان حتى ينتقل إلى المقال كاملاً.

مقال التحليل الإلكتروني:

يتميز التحليل الإعلامي بالرؤية العميقة لموضوع أو قضية تهم القراء من زوايا مختلفة ربما لا تكون واردة في الأخبار، حيث يقوم على "التحليل العميق للأحداث والقضايا والظواهر التي تشغل الرأي العام بحيث يتناولها بالتفصيل ويربط بينها وبين غيرها من الوقائع التي لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة بها". [25]



(25)- اسماعيل، ابراهيم, الإعلام المعاصر – وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته، مرجع سابق، ص 106.

ويعمد كاتب المقال التحليلي إلى "تجميع كل النقاط المهمة والخلفية والاقتباسات في مجموعات يتم ترقيمها تسلسلياً حسب وجهة النظر التي تدعمها كل منها، ما يسهل عرض الحالات بشكل منطقي والمقارنة بين النقاط ووجهات النظر المتعارضة". [26]

ويتكون التحليل الإلكتروني بالإضافة إلى العنوان من ثلاثة أجزاء: [27]

1. **مقدمة**: تبرز حدث هام، تطرح قضية تشغل الرأي العام، تقدم اقتراحاً جديداً.
2. **الجسم**: المعلومات الخلفية للموضوع، الأدلة والبراهين والشواهد، كشف أبعاد الموضوع ودلالاته، عرض الآراء المؤيدة أو المعارضة ومناقشتها.
3. **خاتمة**: خلاصة وجهة نظر الكاتب، استنارة ذهن القارئ ودفعه للاهتمام بالموضوع، فتح حوار بين الكاتب وبين القراء وبين غيره من الكتاب.

ويحرر المقال التحليلي إما من محرري الصحيفة الإلكترونية ذوي الخبرة والكفاءة أو خبراء متخصصون في موضوع التحليل (سياسيون، دبلوماسيون، اقتصاديون، تربويون، الخ).

واستفاد كتاب المقال التحليلي من إمكانيات شبكة الإنترنت من حيث المساحة غير المحدودة، والبحث عن مصادر معلومات المقال أو التواصل معها، بالإضافة إلى الإمكانيات التفاعلية مع الجمهور القارئ بعد نشر الموضوع ودعمه بالصور والرسوم البيانية والخرائط، كذلك توظيف تقنية النص الفائق التي تحيل القراء إلى تفاصيل متعلقة بالموضوع ما يساعد في زيادة مصداقية الكاتب، عدا عن إمكانية مشاركة مقال الكاتب ومتابعته على مختلف وسائل الإعلام الاجتماعية.

سابعاً: قراء مواد الرأي الإلكترونية



يمارس قراء مواد الرأي الإلكترونية أدوراً متميزة بعدد من الطرق: [28]

- يوفر القراء نظرة ثاقبة لجوانب الموضوع، وقد تثير هذه التعليقات شهادات من تجربة شخصية أو تحديد المخاوف الفردية والآثار اللازمة لإنشاء حل فعال.

---

[26]- **دليل المراسل الصحفي**.(2006). لندن: مؤسسة رويترز، ص 39. استرجع 1-7-2017 من: www.trust.org/contentAsset/raw-data/e85e564e-27bd-4d42-914c.../file

[27]- أبو زيد، فاروق. فن الكتابة الصحفية، مرجع سابق، ص 232.

[28] - Manosevitch, Edith. Walker, Dana. Reader Comments to Online Opinion Journalism: A Space of Public Deliberation. Op.Cit. p.6-7.

- يوفر القراء أيضاً تعدد وجهات النظر التي يصعب تمثيلها في مقال رأي واحد، وهذا التنوع في الرأي هو جانب حاسم من النقاشات العامة وحل المشكلات العامة.
- تعليقات القراء هي ميزة تفاعلية بين الصحفيين والجمهور، ويمكن لهذه المحادثات أن توفر صلة هامة وهو ما يعترف بإمكانيات المواطنين للمساهمة في القضايا السياسية بدلاً من وضع القراء في موقف الجمهور أو "المتنصتين" إلى "محادثة بين الخبراء".

وتورد العديد من الصحف والمواقع الإلكترونية عند نشر مقالات التعليق والعمود والتحليل الإعلامي عبارة مفادها أن (المقالات تعبر عن آراء كاتبيها، ولا تعبر بالضرورة عن رأي الموقع)، لذا لابد من الإشارة إلى أنها "عبارة عامّة لا تلغي مسؤوليّة المحررين عمّا يُنشر في الموقع من مواد.

وليس المطلوب هو إلزام الكتّاب بمواضيع معيّنة، أو تبنّي آرائهم، ولكنّ المطلوب هو احترام الآراء الّتي تُنشر في الموقع، وضبط التعليقات الّتي تأتي على الموضوع المنشور، بصورة ترتقي بأسلوب الحوار، فتبعده عن الإسفاف والمهاترات والشّتائم، فالمحرر الملتزم يجب أن يعمل على تثقيف الناس، وتوعيتهم، وإصلاحهم، بصورة لا تصادر آراءهم، ولا تلغي حريّتهم، ولكن تشذبها وتهذّبها، وهذا يتطلّب من المحرر قدراً كبيراً من التّفهّم لوجهات النّظر الأخرى، فيبتعد عن الأنانيّة والانحياز، ويلتزم بالعقلانيّة والذّكاء والانفتاح. [29]

---

[29]- زيدان، رغداء. (2006). **التحرير الصحفي في عصر الإعلام الرقمي**. استرجع بتاريخ 13-7-2017 من: http://www.grenc.com/show_article_main.cfm?id=1563

الخلاصة

تتناول الوحدة تحرير مواد الرأي الإلكترونية حيث تتوجه المواقع الإعلامية لجذب النخبة من الكتاب ذوي الخبرة وتوظيف تكنولوجيا الحاسب لتحويل مادة الرأي إلى ساحة حوار متبادل بين الكتاب والقراء.

تعرّف الوحدة مفهوم مواد الرأي الإلكترونية والشروط التي يجب أن تحققها لتحظى بالنشر والوظائف التي تؤديها، وتستعرض مراحل كتابة مواد الرأي وصولاً إلى شكلها النهائي في المواقع الإلكترونية.

وتتطرق إلى كتّاب مواد الرأي الإلكترونية، وأنواع مواد الرأي واستفادتها من شبكة الإنترنت، بدءاً بفن المقال الافتتاحي من حيث تعريفه وعناصره وطرق تحريره، ثم مقال التعليق من حيث تعريفه وتحريره، ثم مقال العمود الصحفي من حيث تعريفه وخصائصه وأساليب كتابته وطريقة تحريره، وأخيراً مقال التحليل من حيث تعريفه وطريقة تحريره.

ونختم الوحدة بالحديث عن قرّاء مواد الرأي الإلكترونية وأدوارهم المميزة.

المراجع

1. كنعان، علي. الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية.
2. بن بلقاسم، حبيب. **أنماط الكتابة الصحفية**. استرجع بتاريخ 18-7-2017 من:
fac.ksu.edu.sa/sites/default/files/drs_fn_lktb_llmy_mlkhs_ltlb.doc
3. اسماعيل، ابراهيم. الإعلام المعاصر – وسائله، مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته، مرجع سابق.
4. لعياضي، نصر الدين. **الأنواع الصحفية في الصحافة الإلكترونية: نشأة مستأنفة أم قطيعة.** استرجع بتاريخ 13-4-2017 من:
http://site.iugaza.edu.ps/jdalou/files/2012/03/%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D9%81%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9.pdf.
5. حداد. نبيل. (2002). **في الكتابة الصحفية السمات المهارات الأشكال القضايا**. عمان: دار الكندي.
6. حمزة، عبد اللطيف. المدخل في فن التحرير الصحفي.
7. خضور، أديب. (2007). **مدخل الى فن التحرير الصحفي**. دمشق: منشورات جامعة دمشق.
8. مهنا، فريال. (2004). **نحو بلاغة إعلامية معاصرة**-الجزء الأول. دمشق: منشورات جامعة دمشق.
9. بيري، توماس. (1964). **الصحافة اليوم تطورها وتطبيقاتها العملية**. (مروان الجابري، مترجم). (ط.1). بيروت: مؤسسة بدران.
10. **دليل المراسل الصحفي**. (2006). لندن: مؤسسة رويترز، استرجع 1-7-2017 من:
www.trust.org/contentAsset/raw-data/e85e564e-27bd-4d42-914c.../file

11. زيدان، رغداء. (2006). التحرير الصحفي في عصر الإعلام الرقمي. استرجع بتاريخ 13-7-2017 من:
http://www.grenc.com/show_article_main.cfm?id=1563

12.

13. Manosevitch, Edith. Walker, Dana. (2009). Reader Comments to Online Opinion Journalism: A Space of Public Deliberation. Paper Prepared for Presentation at the 10th International Symposium on Online Journalism, Austin, TX, April 17-18, 2009.

14. Writing an Opinion Editorial. Retrieved 17-7-2917. Available: www.theoec.org/sites/default/files/HowTo_WritingOpEd_09.pdf

15. Acton. Jeanne. Editing Writing. Retrieved 11-7-2017. Available: www.uiltexas.org/files/academics/aplus/editorial-writing-tips.pdf

16. Ukonu, Michael. **News Editing and Design.**

17. **How to Write a Newspaper Op-Ed**. Retrieved 12-7-2017. Available: http://cqrcengage.com/napa/file/dO8MccXFS0F/How%20to%20Write%20a%20Newspaper%20Op-Ed.pdf

18. **Writing an Editorial**. Retrieved 20-7-2017. Available: https://www.edu.gov.mb.ca/k12/cur/socstud/frame...sr2/.../tn-26.pdf

19. Leigh, Andrew. **Few Tips for Opinion Piece Writers**. Retrieved 12-7-2017. Available: andrewleigh.org/pdf/oped_tips.pdf

20. **Writing for Media – Opinion and Commentary Pieces**. Retrieved 19-7-2017. Available: http://www.ipsnews.net/publications/writingformediaopinionandcommentarypieces.pdf

21. **Opinion Columns**. Retrieved 11-7-2017. Available:

blog.canacad.ac.jp/wpmu/kiaora/files/2014/.../Opinion-Columns.pdf

22. Wallace, David. (2016). **How To Write A Column**. British College of Journalism, Retrieved 12-7-2017.Available:

britishcollegeofjournalism.com/wp-content/.../07/Column-2017.pdf

23. Bartimus, Tad. **10 Tips for Launching a Newspaper Column**.

http://www.writersdigest.com/wp-content/uploads/10-Tips-for-Launching-a-Newspaper-Column.pdf

التمارين

أجب عن الأسئلة التالية:

1. ما هي وظائف مواد الرأي الإلكترونية؟
2. اشرح مراحل كتابة مواد الرأي الإلكترونية.
3. عرّف مقال التعليق الإلكتروني.
4. اذكر النصائح المتعلقة بتحرير مقال العمود الإلكتروني.
5. يمارس قرّاء مواد الرأي الإلكترونية أدوراً متميزة بعدد من الطرق، وضح لك.

ضع إشارة (صح√ أو خطأ X) أمام العبارات الآتية:

1. تلعب مقالات الرأي دوراً رئيسياً في التذكير بالقيم وترسيخها. صح
2. يعرّف التعليق الصحفي بأنه الكلمة اليومية أو الأسبوعية التي تعبر عن رأي الصحيفة في موضوع معين. خطأ
3. يستخدم كاتب العمودالأسلوب التندري عندما يطرح سؤالاً ويجيب عليه. خطأ
4. يوفر قراء مواد الرأي الإلكترونية تعدد وجهات النظر يصعب تمثيلها في مقال واحد. صح

ضع خطاً تحت الإجابة الصحيحة:

1. من شروط تحرير مواد الرأي في المواقع الإلكترونية **(كثرة / تجنب)** استخدام المصطلحات والمختصرات.
2. يُستخدم الأسلوب الموحد في تحرير العمود الصحفي عند **(تقديم كتلة من الوقائع أو الحقائق القليلة أو المعدومة الصلة / مناقشة موضوع واحد)**.